ALAMTANA
Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram **E-ISSN:** 2722-6751
Vol. 04, No. 02, Tahun 2023
DOI: https://doi.org/10.51673/jaltn.v4i2.1707

Peningkatan *Brand Awareness* Melalui Perancangan Media Promosi Video Profil BUMDES Pucang Berdikari

Julia Dewi Ma'rifah[1] Yogi Akbar Sunardiansyah[1] Maharsi Anis Sabila[1]
[1]Program Studi Manajemen Bisnis Industri Furnitur
Politeknik Industri Furnitur dan Pengolahan Kayu
E-mail: julia.dewi@poltek-furnitur.ac.id
WA: 082227271269

Article History:
Received : 31 Juli 2023
Review : 6 Agustus 2023
Revised : 10 Agustus 2023
Accepted : 30 Agustus 2023

Abstract: *Keterampilan mengolah bahan baku tanduk menjadi produk kerajinan telah didapatkan secara turun temurun di Desa Pucang, Kabupaten Magelang. Pengrajin yang ada di Desa Pucang adalah pengrajin produk dari tanduk sapi dan kerbau serta kerajinan berbahan dasar kayu. Hasil kerajinan tanduk saat ini laku dalam jumlah kecil yaitu 5% sampai 15% dari total produk tahun 2021 di daerah tujuan wisata akibat dari pandemi Covid 19. Kendala dalam mengakses pasar adalah masalah yang dihadapi oleh para pengrajin. Pendirian BUMDES Pucang Berdikari, memberikan solusi dan harapan baru para pengrajin untuk menyelesaikan permasalahan diatas. Tim Pengabdian dari Prodi Manajemen Bisnis Industri Furnitur (MBIF) dari Politeknik Industri Furnitur dan Pengolahan Kayu merancang media promosi berupa Video Profil BUMDES Pucang Berdikari agar dapat membantu para pengrajin tanduk serta kayu untuk membangun kesadaran pengrajin mengenai branding, membuka pangsa pasar baru serta meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode presentasi, focus group discussion dan praktik. Hasil dari kegiatan adalah peningkatan kesadaran para pengrajin mengenai brand awareness yang dapat memicu pembukaan pangsa baru melalui media online sehingga dapat menciptakan peningkatan penjualan.*

Keywords: *BUMDES, Video Profil, Brand Awareness, Media Promosi*

A. Pendahuluan

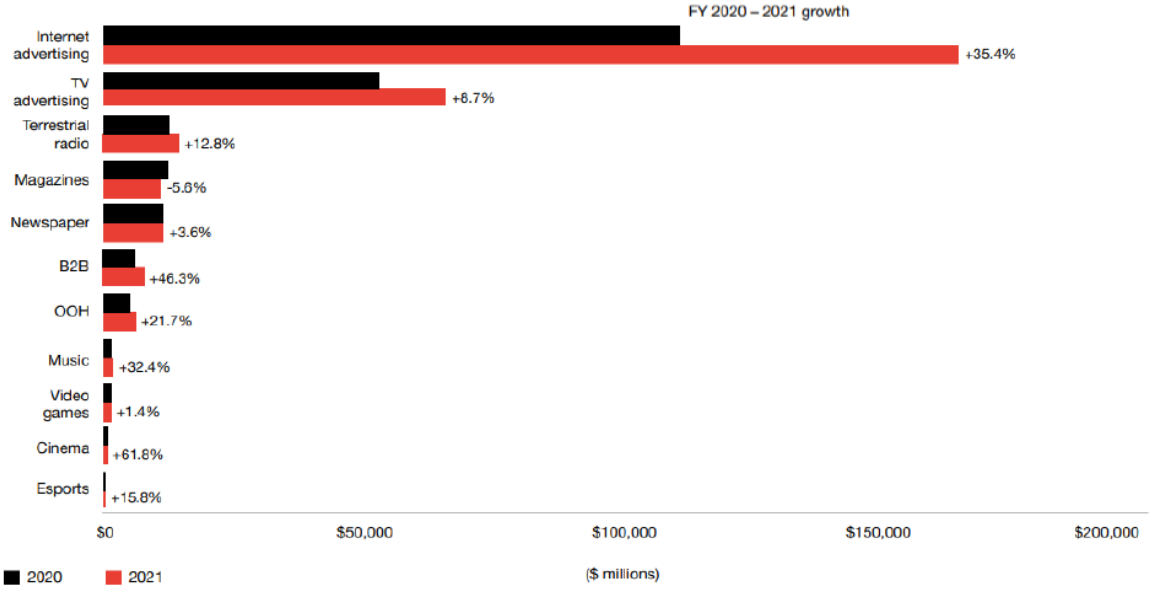
Perkembangan teknologi dan inovasi membuat dunia industri dan masyarakat menjadi berkembang pesat tidak hanya dalam hal inovasi produk namun juga dalam menjangkau pasar yang cukup luas untuk meningkatkan *branding* dan penjualan secara signifikan. *Brand awarness* merupakan salah satu aspek penting dalam dunia industri, hal ini dikarenakan *branding* dapat menjadi sebuah tolok ukur mengenai sejauh mana pelanggan dapat mengingat dan mengenali sebuah merek produk tertentu. Desa Pucang merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Secang, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah dan telah menjadi salah satu desa penghasil kerajinan peralatan

E-ISSN: 2722-6751

dapur berbahan dasar tanduk kerbau atau sapi dan kayu. Keterampilan mengolah bahan baku tanduk menjadi produk kerajinan telah didapatkan secara turun temurun di Desa Pucang. Namun sejak tahun 2010 harga bahan baku tanduk sapi maupun kerbau menjadi naik karena pomotongan hewan sapi dan kerbau dalam negeri berkurang (Candra, 2021).

Berdasarkan hal tersebut, mayoritas penduduk Desa Pucang memilih bahan baku kayu sebagai pengganti tanduk sapi dan kerbau. Produk berbahan dasar kayu yang ramai permintaan merupakan barang-barang souvenir untuk acara resepsi. Saat ini produk seperti pengaduk madu dan sendok madu dari kayu serta sedotan bambu menjadi primadona pasar lokal. Meski begitu Ahmad Soim, salah seorang pengrajin dari Desa Pucang mengatakan bahwa hasil kerajinannya saat ini laku dalam jumlah kecil yaitu 5% sampai 15% dari total produknya tahun ini di daerah tujuan wisata akibat dari pandemi Covid '19 (Prabowo, 2021). Jika masalah ini terus berlanjut maka mata pencaharian masyarakat Desa Puncang sebagai pengrajin kayu akan terancam.

Kendala dalam mengakses pasar bukan satu-satunya masalah yang dihadapi oleh para perajin di Desa Pucang. Penurunan omset penjualan selama pandemi Covid-19 akhirnya juga menggerus fundamental modal usaha para perajin, karena himpitan ekonomi. Permasalahan yang lebih kronis adalah persaingan sesama perajin kayu di Desa Pucang. Pendirian BUMDES Pucang Berdikari, memberikan solusi dan harapan baru para perajin di Desa Pucang untuk menyelesaikan 3 masalah tersebut.



Sumber : *Internet Advertising Revenue Report Full Year 2021*
Gambar 1. Pendapatan dan pertumbuhan iklan, menurut media (2020-2021)

Perkembangan teknologi informasi menciptakan peluang dalam mengembangkan pasar dan pertumbuhan pendapatan bagi para pengusaha maupun industri. Pada gambar 1 menunjukkan pendapan dan pertumbuhan iklan menurut beberapa media, yang mana

E-ISSN: 2722-6751

penggunaan iklan di media internet mengalami pertumbuhan paling besar yaitu 35,4% (*Internet Advertising Bureau* (IAB), 2021). Hal ini menunjukkan bahwa melakukan pemasaran melalui internet dapat dinilai jauh lebih efektif dalam membuka pangsa pasar baru dan meningkatkan pendapatan secara signifikan.

Oleh karenanya, Prodi Manajemen Bisnis Industri Furnitur merancang media promosi berupa Video Profil BUMDES Pucang Berdikari sebagai salah satu pemanfaatan teknologi informasi untuk menandai kesiapan BUMDES Pucang Berdikari memasuki dunia digital dan sebagai salah satu bentuk *Brand Awareness* dalam meningkatkan kesejahteraan para pengrajin tanduk dan kayu di Desa Pucang. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah merancang media promosi berupa Video Profil BUMDES Pucang Berdikari untuk membantu para pengrajin tanduk serta kayu dalam membangun kesadaran pengrajin mengenai *branding*, membuka pangsa pasar baru sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Solusi Permasalahan

Dari beberapa permasalahan seperti kendala dalam mengakses pasar dan pangsa pasar baru, penurunan omset penjualan karena pandemi Covid-19, persaingan antar pengrajin tanduk dan kayu yang ada di Desa Pucang dan kurangnya kesadaran potensi *marketing* dalam media sosial untuk memperkenalkan kualitas serta fokus kerja atau unit usaha yang dijalankan oleh BUMDES Pucang Berdikari serta kurangnya edukasi mengenai manfaat *branding* produk untuk meningkatkan brand awareness para pengrajin maka Prodi Manajemen Bisnis Industri Furnitur, Politeknik Industri Furnitur dan Pengolahan Kayu merancang sebuah media promosi digital dalam bentuk video Profil BUMDES Pucang Berdikari sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan kesejahteraan para pengrajin tanduk dan kayu di Desa Pucang.

Video Profil BUMDES Pucang Berdikari tersebut dapat berisikan deskripsi atau penjelasan ringkas suatu BUMDES Pucang Berdikari yang mencerminkan kualitas serta fokus kerja atau unit usaha yang dijalankan oleh BUMDES Pucang Berdikari. Profil yang berbentuk video atau video profil diharapkan dapat menjangkau pihak-pihak yang dapat bekerjasama ataupun calon pembeli dan investor secara lebih baik dan luas melalui platform sosial media.

Target Luaran

Target luaran yang ada pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah :

1. Terselenggaranya edukasi mengenai *brand awareness* kepada pengrajin tanduk dan kayu serta unit usaha pada BUMDES Pucang Berdikari.
2. Terselenggaranya pendampingan dan diskusi mengenai pembuatan video profil BUMDES Pucang Berdikari.
3. Terciptanya video profil BUMDes Pucang Berdikari sebagai upaya media promosi dalam meningkatkan *branding* dan penjualan pengrajin tanduk dan kayu serta unit usaha yang ada di BUMDES Pucang Berdikari.

B. Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode presentasi, *Focus Group Discussion* (FGD) dan praktik

E-ISSN: 2722-6751

yang diikuti oleh pengurus BUMDES Pucang Berdikari dan para pengrajin tanduk serta kayu di Desa Pucang.

1. Metode presentasi

Metode ini digunakan untuk menyampaikan beberapa hal yang berkaitan dengan manfaat pembentukan video profil BUMDES Pucang Berdikari, desa yang berhasil membuat video profil BUMDES, peralatan yang dibutuhkan dalam membuat video profil BUMDES Pucang Berdikari. Kegiatan presentasi ini dilakukan pada tanggal 22 Juni 2022.

2. Metode *Focus Group Discussion* (FGD)

Metode ini digunakan untuk menggali pengetahuan dan melihat potensi-potensi yang ada di Desa Pucang, baik dari potensi materil, perkembangan pengrajin dan industri hingga potensi alam dan Sumber Daya Manusianya. Dalam FGD ini juga disusun konsep, keunggulan dari pengrajin industri tanduk dan kayu, konteks dan narasi video profil BUMDES Pucang Berdikari. Kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) ini dilakukan pada tanggal 04 Juli 2022.

3. Metode Praktik

Setelah menyusun konsep, unggulan, konteks, dan narasi isi video Profil BUMDES Pucang Berdikari maka akan dilakukan pengambilan gambar dan editing sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Kegiatan praktik ini dilakukan pada tanggal 05 Juli – 11 Agustus 2022.

C. Hasil Kegiatan

Kegiatan perancangan media promosi berupa Video Profil BUMDES Pucang Berdikari di Desa Pucang, Kecamatan Secang, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah dilakukan pada kurun waktu dari Juni sampai November tahun 2022. Dari hasil *Focus Group Discussion* (FGD) didapatkan hasil konsep dan konteks dari isi video profil BUMDES Pucang Berdikari yang terdiri dari profil Desa Pucang yang mencakup jumlah penduduk desa dan mayoritas mata pencaharian penduduk desa, produk unggulan karya pengrajin tanduk dan kayu Desa Pucang serta faktor ekonomi dan sosial yang mendukung Desa Pucang, sebagai upaya peningkatan *Branding Awareness* BUMDES Pucang Berdikari.

Para pengrajin tanduk dan kayu yang ada di Desa Pucang merupakan salah satu industri mikro kecil yang memiliki peranan terhadap ekonomi lokal, baik pada tingkat desa, kecamatan, kabupaten, maupun provinsi di satu sisi sangat tergantung pada industri mikro kecil lebih memilih menggunakan tenaga kerja lokal sebagai pekerja. dan penggunaan faktor-faktor produksi non-human lokal lainnya. Maka selain untuk konsumsi rumah tangga secara langsung, industri mikro kecil juga mendukung kebutuhan dan aktifitas industri menengah besar yang ada di Provinsi Jawa Tengah (Darojat, 2014).

Narasi yang digunakan pada video profil adalah informasi yang berasal dari pengelola BUMDES Pucang Berdikari yang terdiri dari ketua BUMDES yaitu Ibu Hani Rofiah, S.E, unit-unit usaha yang berada di BUMDES serta para pengrajin tanduk dan kayu yang menjadi topik utama untuk mempromosikan produk-produk peralatan kayu yang berkualitas ekspor. Berikut adalah rangkaian kegiatan perancangan media promosi berupa video profil BUMDES Pucang Berdikari.

Tim pengabdian kepada masyarakat mengadakan rapat untuk pembahasan dan koordinasi kegiatan pembuatan media

E-ISSN: 2722-6751

promosi berupa video profil BUMDES Pucang Berdikari pada tanggal 22 Juni 2022. Dalam rapat ini melibatkan pengelola BUMDES Pucang Berdikari dan menghasilkan jadwal rangkaian acara pengambilan gambar video profil.

Rapat selanjutnya dengan pengelola BUMDES Pucang Berdikari dan para pengrajin tanduk serta kayu pada tanggal 04 Juli 2022 membahas mengenai rancangan video profil yang terdiri dari :

a. *Storyboard* video
b. Rancangan narasi untuk dilakukan *voiceover*
c. Pengumpulan data yang akan ditampilkan
d. Rundown kegiatan saat pengambilan gambar

Tim pengabdian kepada masyarakat menyusun narasi yang akan dibacakan oleh Ketua BUMDES Pucang Berdikari dan pengambilan rekaman suara untuk *voiceover* pada tanggal 05-15 Juli 2022.

Pengambilan gambar video profil BUMDES Pucang Berdikari dilakukan pada tanggal 16 Juli 2022. Pada pengambilan gambar ini turut melibatkan pengelola BUMDES Pucang Berdikari, Kepala Desa Pucang, unit-unit usaha BUMDES serta para pengrajin tanduk dan kayu Desa Pucang.

BUMDES Pucang Berdikari menjadi salah satu strategi awal dalam pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang ada di Desa Pucang dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian besar penduduk di Desa Pucang yang mayoritas adalah pengrajin tanduk serta kayu.

Gambar 2. Proses pengambilan Gambar Video Profil BUMDES Pucang Berdikari

Proses editing video dan menyunting narasi *voiceover* pada video profil BUMDES Pucang Berdikari dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat pada tanggal 01-07 Agustus 2022. Editing video ini dilakukan untuk menggabungkan gambar dan scene video yang telah diambil pada tahap sebelumnya, memberikan efek

E-ISSN: 2722-6751

backsound pada video dan menyunting narasi *voiceover* dari pengelola BUMDES Pucang Berdikari, serta para pengrajin tanduk dan kayu di Desa Pucang.

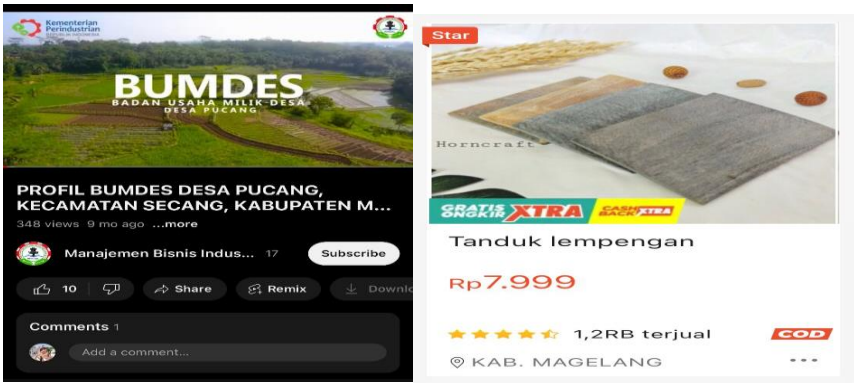
Hasil dari editing video yang telah jadi, dilakukan *review* oleh tim pengabdian kepada masyarakat dan pengelola BUMDES Pucang Berdikari pada tanggal 08 Agustus 2022. Pada rapat review video ini disepakati hasil revisi video dengan penggantian backsound, penggantian scene video yang disesuaikan dengan gambar dan *voiceover* narasi dari tim pengabidian kepada masyarakat, pengelola BUMDES Pucang Berdikari dan pengrajin tanduk dan kayu di Desa Pucang. Revisi pada video disesuaikan dengan kebutuhan sebagai media promosi bagi BUMDES Pucang Berdikari dan para pengrajin tanduk dan kayu di Desa Pucang.

Gambar 4. Produk kerajinan tanduk dan kayu Desa Pucang

Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan *editing* video kembali sesuai dengan hasil review video pada tahap sebelumnya. *Editing* video ini dilakukan pada tanggal 09-11 Agustus 2022.

Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan serah terima video profil BUMDES Pucang Berdikari pada tanggal 04 November 2022 di Desa Pucang. Serah terima video dilakukan dengan pemutaran video profil yang disaksikan oleh peserta dari Desa Pucang yang terdiri dari Kepala Desa Pucang, pengelola BUMDES Pucang Berdikari, para pengrajin tanduk dan kayu Desa Pucang serta masyarakat Desa Pucang. Sampai saat ini video profil BUMDES Pucang telah ditonton sebanyak 348 kali di media platform youtube dan dapat dilihat peningkatan penjualan secara online di beberapa media *marketplace* online seperti shopee dan tokopedia. Produk kerajinan kayu dan tanduk juga dipasarkan secara online melalui website BUMDES Pucang Berdikari serta melalui media sosial yang ada. Berikut adalah link youtube untuk mengakses Video Profil BUMDES Pucang Berdikari : https://www.youtube.com/watch?v=kFrrH-vsll4

E-ISSN: 2722-6751



Gambar 5. Jumlah view video profil dan penjualan di *marketplace*

Diskusi

Perkembangan teknologi informasi memicu peningkatan penggunaan internet dan media sosial sebagai media promosi yang dinilai signifikan dalam meningkatkan penjualan dan profit para pelaku usaha. *Branding* yang diciptakan para pelaku usaha tentunya akan membantu produk-produk yang dihasilkan memiliki nilai jual yang tinggi atau dapat bersaing dengan pasar yang ada. Dengan adanya pemanfaatan teknologi informasi yang ada pada saat ini, media promosi tidak lagi berfokus pada pasar *offline* saja namun juga pada pangsa pasar *online*.

Kesadaran dalam *branding* produk (*Brand awareness*) untuk meningkatkan penjualan diperlukan sebagai salah satu langkah agar dapat bersaing di pasar lokal maupun global. Membangun *brand awareness* di pasar yang kompetitif dapat berperan aktif dalam lingkungan pemasaran modern. Pada saat ini banyak pelaku industri mengakui bahwa *brand awareness* yang kuat akan menciptakan keunggulan kompetitif di pasar yang akan meningkatkan reputasi dan kredibilitas mereka secara keseluruhan (Latif, et. al, 2014).

Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa para pelaku usaha dan sebagai penghubung antara produsen dan konsumen atas produk atau jasa yang ditawarkan (Saputri dkk, 2021). Pada umumnya, media promosi yang dapat digunakan adalah media cetak konvensional, iklan pada media cetak, media elektronik dan media online seperti media sosial dan pasar online (*online market*) (Amaliah dkk, 2014).

Video profil merupakan salah satu media promosi yang dapat menggambarkan atau merepresentasikan sebuah organisasi. Video profil merupakan salah satu media promosi yang sangat efektif untuk digunakan dalam mempromosikan daerah, organisasi, produk atau jasa yang ditawarkan maupun sebuah perusahaan (Amaliah dkk, 2014). Pembuatan video profil harus berkesan kreatif, inovatif, menarik, komunikatif serta mampu menampilkan citra baik bagi produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan juga dapat ditampilkan sehingga dapat menarik bagi calon investor dan calon pembeli.

Video profil sebagai media promosi adalah salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini juga disampaikan oleh Anzari, dkk (2021) bahwa pembuatan video profil

E-ISSN: 2722-6751

UKM VB Spirulina dapat meningkatkan identitas UKM, sebagai sarana edukasi untuk lebih mengenalkan spirulina kepada masyarakat umum dan meningkatkan penjualan UKM VB Spirulina dalam menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Dengan adanya video profil BUMDES Pucang Berdikari maka akan lebih meningkatkan *brand awareness* para pengrajin tanduk dan kayu mengenai branding produk mereka untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan dapat meningkatkan penjualan.

Dengan memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai *networking* dan video *sharing* maka memudahkan para pelaku usaha dalam mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan. Kontribusi video merujuk pada fungsi proses pengambilan gambar, proses awal pembuatan konten video dan pendistribusian video sebagai media promosi (Haryoko, 2012).

D. Kesimpulan

Pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan untuk BUMDES Pucang Berikari dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Video Profil BUMDes Desa Pucang diharapkan mampu untuk mengenalkan BUMDES dan mempromosikan desa sebagai desa pengrajin kayu dan tanduk sapi berkualitas ekspor.
2. Dengan adanya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini pelaku UKM dapat memanfaatkan Video Profil BUMDES Pucang Berdikari sebagai media untuk promosi di media sosial.
3. Video Profil BUMDES Pucang Berdikari dapat menjadi acuan untuk pengurus BUMDES menjadi lebih aktif dalam mempromosikan kerajinan kayu dan tanduk sapi.

Daftar Referensi

Afrizal. 2016. Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Amaliah, Norma, dkk. 2014. Perancangan Media Promosi PT Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan. Jurnal Desain Komunikasi Visual. Vol.4, No.1.

Anzari, Prawinda Putri, dkk. 2021. Pembuatan Video Profil Sebagai Penguat Identitas dan Sarana Promosi di UKM Verte Bleue Spirulina Kota Malang. Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS. Vol. 4 No. 2. 161-167.

Athirah SI, Kristianto FP, Purnomo DEH, Ma'rifah JD. Usaha Peningkatan Kualitas BUMDes Berdikari Pucang Melalui Pelatihan Business Plan: Pengabdian Kepada Masyarakat. Sewagati 2022;6(4):515–519.

Bin Latif, Wasib & Islam, Md. Aminul & Mdnoor, Idris. (2014). Building Brand Awareness in the Modern Marketing Environment: A Conceptual Model. Proceedings of the Australian Academy of Business and Social Sciences Conference 2014. 4. 69-82.

Darodjat NI. Pengembangan Industri Tanduk Desa Pucang Kecamatan Secang Skala Mikro Kecil, Kabupaten Magelang. Jejak 2014;7(1):29–45.

Haryoko, Trisno. 2012. Pembuatan Video Company Profile Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri, Universitas Surakarta.

E-ISSN: 2722-6751

Internet Advertising Bureau (IAB). 2021. Internet Advertising Revenue Report Full-year 2021 Results. April 2022.

Ismayani D. Perancangan Video Iklan Promosi Profil Wisata Puncak Bila Riase'Kabupaten Sidrap. Jurnal Imajinasi 2018;2(1):23–31.

Kausar A, Sutiawan YF, Rosalina V. Perancangan Video Company Profile Kota Serang Dengan Teknik Editing Menggunakan Adobe Premier Pro CS 5. PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset dan Observasi Sistem Komputer 2015;2(1)

Maimunah M, Ghiffari A, Kurniawan F, Pamungkas C, Farhaani P, Lintang A. Pendampingan Manajemen Produksi Kerajinan Kayu Pada Umkm Lancar Jaya Magelang. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat UBJ 2021;4(1).

Prabowo, Alvari Kunto. 2021. Pasar Luar Pulau Lirik Kerajinan Kayu Pucang Magelang. Solopos.com, 01 Juni 2021. Website : https://www.solopos.com/pasar-luar-pulau-lirik-kerajinan-kayu-pucang-magelang-1128800 diakses pada 15 April 2022.

Pritama, Argiyan Dwi, dkk. 2019. Analisis Brand Awareness Official Video Profil STIMIK AMIKOM Purwokerto 2017 di Media Youtube. Jurnal Pro Bisnis. Vol 12. No. 1 Februari 2019.

Republik Indonesia, 2004, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.

Republik Indonesia, 2005, Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 Tentang Desa.

Republik Indonesia, 2010, Peraturan Menteri Dalam Negari Nomor 39 Tahun 2010 Tentang Badan Usaha Milik Desa.

Republik Indonesia, 2014, Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa

Saputri, Rahayu Dwi & Syarifah. 2021. Video Profil sebagai Sarana Promosi Memajukan Wisata Alam Kali Biru dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat. Jurnal Aplikasia : Aplikasi Ilmu-ilmu Agama. Vol. 21 No. 2, 2021. Page 89-98.

Yoga, Chandra. 2021. "Desa Pucang Sentra Kerajinan Tanduk". Beritamagelang.id, 25 Juni 2021. Website : http://beritamagelang.id/desa-pucang-sentra-kerajinan-tanduk diakses pada 15 April 2022.