

**MEDIA PROMOSI PADA KOPERASI UMKM CAHAYA REJEKI
SEJAHTERAH MENGGUNAKAN E-CATALOGUE**

**M. Yusuf¹, Yoga Restu Maulana², Ahmad Nafis³, Tomi Saputra⁴,
Muhammad Aprizal⁵, Muslimin⁶**

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

E-mail: yusufyssc@uinjambi.ac.id¹, yogarestumaulana007@gmail.com², nafis5428@gmail.com³,
tomisaputra867@gmail.com⁴, muhammadafrizal817@gmail.com⁵, musliminandi79@gmail.com⁶

Abstrak

Di era digital saat ini sudah banyak sekali aktivitas manusia yang dilakukan secara online mulai dari berbelanja sampai melakukan mempromosikan suatu produk. Di era saat ini media sosial menjadi salah satu media yang sangat berpengaruh, semua orang sudah tidak asing bahkan terbiasa dengan adanya media sosial. Saat ini media sosial menjadi media yang selalu dibuka oleh banyak orang, salah satunya instagram yang menjadi media sosial paling populer di playstore, web site dan ada juga melalui media promosi dengan menggunakan e-catalog. Maka dari itu mempromosikan aplikasi yang kita miliki di instagram menjadi salah satu cara yang dapat digunakan agar aplikasi kita dapat dikenal oleh banyak orang dan semakin banyak orang yang menggunakannya. Dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai media promosi aplikasi dapat meningkatkan pengguna aplikasi. Penggunaan desain postingan yang unik dan menarik juga menjadi salah satu cara untuk menarik pengguna media sosial untuk mengunjungi media sosial dari aplikasi dan membuat mereka penasaran dengan aplikasi tersebut.

Kata Kunci — E-Catalogue, Media Promosi, Desing

1. PENDAHULUAN

Kegiatan penelitian ini dilakukan dengan tujuan membantu dan turut serta dalam kegiatan tersebut, yang nantinya dapat digunakan untuk pengembangan pada tempat terlaksana nya kegiatan ini. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Cahaya Rejeki Sejahtera, dimana perusahaan Koperasi yang bergerak dibidang jual beli produk umkm online khusus Kota Jambi yang bermula dari sebuah permasalahan yang masih di lakukan secara manual atau secara konvensional yang mengakibatkan prosesnya memakan waktu yang cukup lama, maka dari itu CEO dan Founder Koperasi Cahaya Rejeki Sejahtera di jambi luar kota muaro Jambi untuk memecahkan masalah dan sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menyediakan layanan jual beli produk umkm online.

Koperasi Cahaya Rejeki Sejahtera yang merupakan salah satu perusahaan bergerak dalam bidang UMKM di jambi luar kota muaro jambi. Pada pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan ini penulis memilih bagaimana membantu membangun dan mengelola Koperasi ini agar dapat bersaing dengan kompetitor sejenis.

Dalam pelaksanaan penelitian ini mahasiswa bertugas untuk memasarkan Produk UMKM Koperasi melalui media promosi E-Catalogue. Media promosi E-Catalogue ini dipilih karena saat ini E-Catalogue menjadi media buku online sosial yang di Fliphtml5, sehingga mempromosikan produk umkm melalui E-Catalogue akan menjadi lebih mudah

dan efisien [1]. Menggunakan E-Catalogue sebagai media promosi juga dapat meningkatkan jumlah konsumen, karena dengan melakukan promosi lewat E-Catalogue akan lebih mudah menjangkau konsumen dari berbagai daerah. Penggunaan media Promosi E-Catalogue sosial ini sebagai salah satu penerapan dari Teknologi informasi yang dapat memudahkan dalam proses promosi [2].

Perkembangan informasi berkembang begitu pesat sehingga data informasi dan pengetahuan bisa diakses dengan sangat cepat melalui berbagai macam media digital, salah satunya media digital e-catalogue yang menyuguhkan berbagai macam informasi seputar daftar jenis dan informasi harga suatu produk secara digital sehingga dapat mempermudah seseorang untuk mengetahui seputar informasi mengenai suatu produk yang akan dibeli atau di gunakan. E-Catalogue merupakan sebuah tempat penyimpanan elektronik informasi tentang barang, produk, atau pun jasa. Sebagai bagian dari eProcurement, e-Catalogue memainkan peranan yang penting karena berisikan daftar item, spesifikasi dan harga yang menjadi rujukan dalam komparasi berbagai produk sejenis. Melalui e-Catalogue, pengguna jasa dapat memastikan bahwa penawaran yang disampaikan oleh vendor telah memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan. E-catalogue digunakan untuk mempermudah seseorang mencari informasi tentang suatu produk. Elektronik katalog atau e-catalogue adalah system informasi elektronik yang memuat daftar, jenis, spesifikasi dan harga barang dari berbagai penyedia barang/jasa pemerintah. Multimedia merupakan sarana yang dipakai untuk menyampaikan sesuatu atau alat untuk mendistribusikan dan mempresentasikan informasi. Multimedia dapat diartikan sebagai penggunaan beberapa media yang berbeda untuk menggabungkan dan menyampaikan informasi dalam bentuk teks, audio, grafik, animasi dan video. terdapat permasalahan belum optimalnya strategi pemasaran yang terdapat pada Koperasi Cahaya Rejeki Sejahtera tersebut sehingga koperasi harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan sekaligus apa yang menjadi tujuan dari Koperasi Cahaya Rejeki Sejahtera bisa tercapai, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi produk umkm di Koperasi Cahaya Rejeki Sejahtera, adapun hasil dari penelitian ini ialah Promosi produk umkm Koperasi Cahaya Rejeki Sejahtera. Pada penelitian ini diusulkan pembangunan sebuah media Promosi Berbasis E-Catalogue Untuk Meningkatkan Kegiatan Marketing untuk mengoptimalkan pengolahan informasi menjadi sarana menjadi sarana media promosi berupa e-catalogue mengenai produk umkm dan meningkatkan minat beli para calon konsumen. Pada penelitian ini objek penelitian adalah sebuah Koperasi Cahaya Rejeki Sejahtera yang saat ini sedang berkembang di wilayah jambi luar kota muaro jambi.

2. METODE PENELITIAN

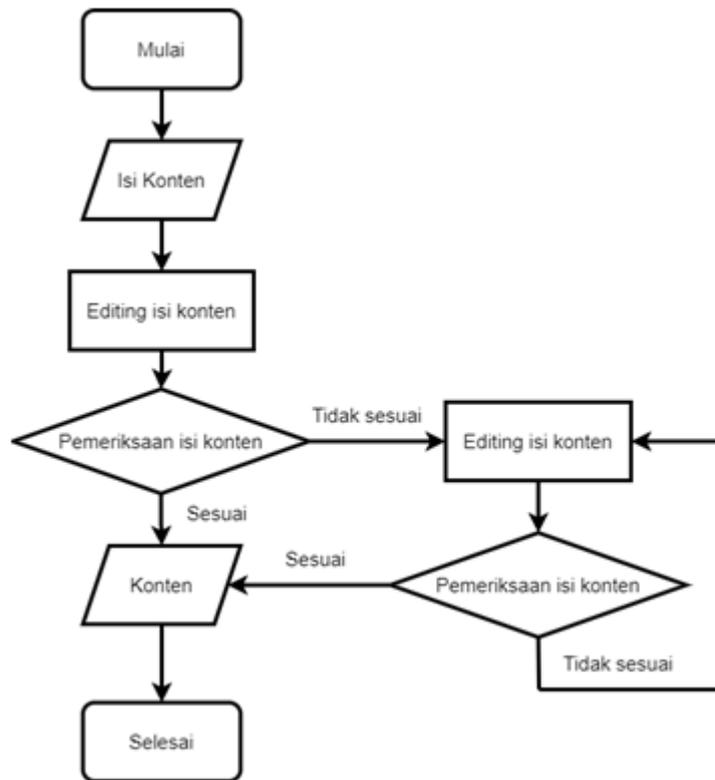
Objek penelitian ini yaitu media promosi E-Catalogue, sebagai media promosi E-Catalogue produk umkm yang ada di koperasi cahaya rejeki sejahtera. Untuk mengetahui aktivitas promosi apa saja yang cocok dengan media ini, maka penulis melakukan analisa informasi yang didapatkan dari pemilik koperasi mengenai apa yang ada di koperasi cahaya rejeki sejahtera serta produk yang ada. Kegiatan promosi yang dilakukan yaitu berupa desain postingan Instagram yang diupload pada akun Instagram koperasi umkm cahaya rejeki sejahtera, yaitu @cahayarejekisejahtera, pada postingan Instagram cahayarejekisejahtera selalu diberikan tanda pagar #umkm, #umkmjambi, #umkmindonesia, #koperasi atau tanda pagar lainnya yang dapat mendeskripsikan postingan tersebut, hal ini dilakukan agar mempermudah konsumen untuk menemukan postingan yang diunggah oleh cahayarejekisejahtera [3].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Flowchart Diagram

Dalam pannelitian ini penulis menggunakan flowchart diagram pada tahap pembuatan desain promosi. Flowchart diagram ini digunakan agar penelitian yang dilakukan dapat lebih terstruktur dan terarah, untuk lebih jelasnya flowchart yang digunakan pada penelitan ini dapat dilihat pada gambar 1:



Pengumpulan material

Pada Tahapan ini dilakukan nya proses pengumpulan material seperti foto gambar produk, logo dan beberapa material yang diperlukan dalam proses pembuatan E-Catalogue.



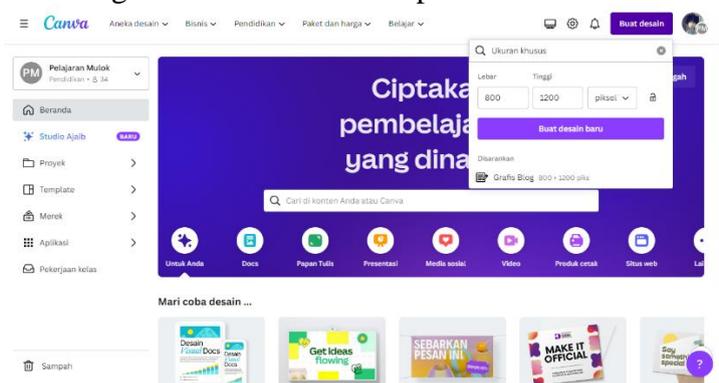
Desain Produk

Di tahap ini akan dibuat E-Catalogue yang komprehensif dimana bahan-bahan yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk E-Catalogue akan diolah. Dalam tahap ini dilakuan penentuan warna background dan desain seperti apa untuk E-Catalogue nantinya akan

dibuat.

Pembuatan E-Catalogue

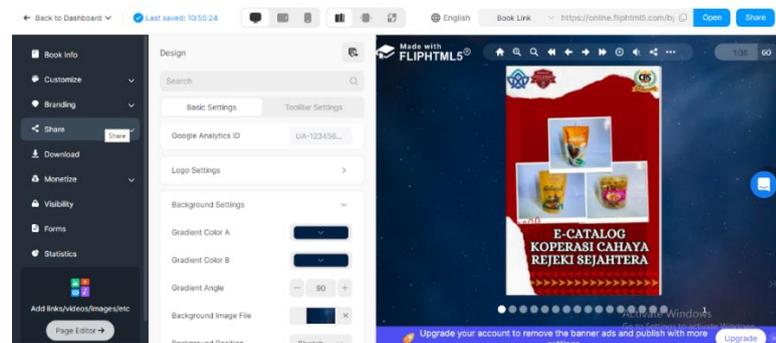
Dalam tahapan ini semua material yang sudah dikumpulkan semua Langkah berikutnya adalah mengunggah material kedalam Website Canva, karena nantinya Canva akan digunakan untuk melakukan pembuatan E-Catalogue. Langkah pertama adalah dengan membuat proyek baru dengan ukuran 800 x 1200 piksel.



Kemudian berikan background warna yang sesuai dengan desain produk, setelah itu desain E-Catalogue dengan material yang sebelumnya telah di kumpulkan dan berikan teks komposisi dan instruksi produk.



Pada tahapan terakhir Cover dan semua keterangan produk digabungkan dan kemudian di upload pada website fliphtml5.com agar E-Catalogue bisa di akses secara online.



4. KESIMPULAN

Koperasi Cahaya Rejeki Sejahtera yang merupakan salah satu perusahaan bergerak dalam bidang UMKM di jambi luar kota muaro jambi. Pada pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan ini penulis memilih bagaimana membantu membangun dan mengelola Koperasi ini agar dapat bersaing dengan kompetitor sejenis.

Media promosi E-Catalogue ini dipilih karena saat ini E-Catalogue menjadi media buku online sosial yang di Fliphtml5, sehingga mempromosikan produk umkm melalui E-Catalogue akan menjadi lebih mudah dan efisien.

E-catalogue merupakan kemudahan yang sangat efektif untuk mempromosikan dan menjual produk dan jasa. Dengan menggunakan katalog elektronik dan kekuatan internet, Ecatalogue dapat meningkatkan cara melakukan bisnis. E-catalogue atau Katalog Elektronik adalah katalog digital untuk sebuah perusahaan atau produk yang dilihat pada komputer atau perangkat elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- AR. Indra Syahbandar¹ and Tineka Handayani, "Media Promosi Meubel Berbasis E-Catalogue" jurnal e-catalogue, media promosi, multimedia JICT - STMIK IKMI Cirebon – Vol.16, No.2 –Desember 2017, https://www.researchgate.net/publication/337193752_Media_Promosi_Meubel_Berbasis_E-Catalogue.
- DKK, "perancangan promosi startup belanjo.id Jambi Menggunakan Media sosial"jurnal Digital Marketing, Instagram,Desain 2023 Smart Comp Vol. 12 No. 2 ,<https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/smartcomp/article/view/5159>.