

## Pengembangan *Leaflet* Makanan Tradisional Sebagai Media Promosi di Kelompok UMKM Desa Tanjung Sejaro Kabupaten Ogan Ilir

Khoirunnisa Khoirunnisa<sup>1</sup>, Yanti Karmila Nengsih<sup>2</sup>, Dian Sri Andriani<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Program Studi Pendidikan Masyarakat, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Sriwijaya

Email: <sup>1</sup>[nisaakhrnn06@gmail.com](mailto:nisaakhrnn06@gmail.com), <sup>2</sup>[yantikarmila@gmail.com](mailto:yantikarmila@gmail.com), <sup>3</sup>[diansriandriani@gmail.com](mailto:diansriandriani@gmail.com)

Diterima	31	Juli	2023
Disetujui	26	Desember	2023
Dipublish	26	Desember	2023

### Abstract

This study aims to determine the validity and practicality of leaflet as a medium for promoting traditional food in the village of Tanjung Sejaro. This research is a development research using the Borg and Gall method in which there are 10 steps of development research which are simplified into 6 steps. There are 6 stages in this study, namely needs analysis or identification of needs from the subject, product development, product validation by experts, product trials, product revisions, and the final product. The data collection techniques used in this study were questionnaires and documentation. Implementation or testing of leaflet products was carried out in three ways, namely, one-to-one trials with 3 UMKM subjects, small groups with 9 UMKM groups, and trials on consumers with 10 people using a purposive sampling method. The results of this study are that the development of leaflets as a medium for promoting traditional food has a level of validity and practicality in the three assessments carried out by experts, namely the media aspect with a score of 35 with a percentage of 87%, the language aspect with a score of 38 with a percentage of 95%, and the material aspect with score 36 percentage 90%. Based on the validation results, the average is obtained and it can be concluded that the leaflet is declared valid and practical in the sense that it is very feasible to be used as a medium for promoting traditional food in Tanjung Sejaro Village, Ogan Ilir Regency.

**Keywords:** *Leaflet, Traditional Food, Promotion, UMKM.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kevalidan dan kepraktisan *leaflet* sebagai media promosi makanan tradisional di desa Tanjung Sejaro. Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dengan menggunakan metode *Borg and Gall* yang didalamnya terdapat 10 langkah penelitian pengembangan yang disederhanakan menjadi 6 langkah. Adapun 6 tahapan yang ada dalam penelitian ini, yaitu analisis kebutuhan atau identifikasi kebutuhan dari subjek, pengembangan produk, validasi produk oleh para ahli, uji coba produk, revisi produk, dan produk akhir. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, angket dan dokumentasi. Pengimplementasian atau uji coba dari produk *leaflet* dilakukan dengan tiga cara yaitu, uji coba *one to one* dengan 3 orang subjek kelompok UMKM, *small group* dengan 9 orang kelompok UMKM, dan uji coba pada konsumen dengan 10 orang menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah pengembangan *leaflet* sebagai media promosi makanan tradisional memiliki tingkat kevalidan dan



kepraktisan pada ketiga penilaian yang dilakukan oleh para ahli, yaitu aspek media mendapatkan skor 35 dengan persentase 87%, aspek bahasa skor 38 dengan persentase 95%, dan aspek materi dengan skor 36 persentase 90%. Berdasarkan hasil validasi mendapatkan rata-rata dan dapat disimpulkan bahwa *leaflet* dinyatakan valid dan praktis dalam artian sangat layak untuk digunakan sebagai media promosi makanan tradisional di Desa Tanjung Sejaro Kabupaten Ogan Ilir.

**Kata Kunci:** *Leaflet, Makanan Tradisional, Promosi, UMKM.*

## **Pendahuluan**

Makanan merupakan kebutuhan paling mendasar dalam hidup manusia. Segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati disebut pangan. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2015 menyebutkan bahwa pangan meliputi hasil pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang berasal dari sumber hayati dan ditujukan untuk dikonsumsi manusia, sumber pangan terdiri dari bahan mentah, dan komponen lain yang digunakan dalam penyiapan, pengolahan, atau produksi makanan dan minuman.

Menurut Halomuda (dalam Natanael, 2019) makanan khas daerah adalah makanan yang dikonsumsi di suatu daerah dan olok dengan lidah masyarakat setempat. Makanan khas sering kali disebut dengan makanan tradisional, makanan tradisional memiliki cita rasa berbeda anatar satu dengan yang lain.

Badan pusat statistik (2020), menjelaskan jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah mencapai 64 juta. Berdasarkan angka tersebut hampir mencapai 99,9% dari keseluruhan UMKM. Kemajuan teknologi pada saat ini mendorong pelaku UMKM memutar otak untuk melakukan promosi

yang menarik. Pemilihan media promosi dan sasaran pemasaran yang tepat menjadi tolak ukur dari kelancaran sebuah UMKM.

Pada era digital, media semakin mengalami perkembangan mengikuti zaman. Media merupakan wadah atau sarana dalam memberikan informasi baik berupa fenomena yang terjadi maupun promosi mengenai suatu usaha yang dijalani. Bagi usahawan media menjadi tolak ukur dalam pengembangan produk yang dijalani baik itu usaha makanan, usaha elektronik, dan usaha pakaian dan lain-lain.

Pembaharuan dalam melakukan sebuah usaha adalah keharusan agar usaha yang dijalankan tidak tertinggal dari usaha-usaha sejenis lainnya. Salah satu pembaharuan yang harus selalu dilakukan, yaitu media promosi karena media promosi merupakan kunci utama bagi pelaku usaha memperkenalkan produknya. *Leaflet* merupakan salah satu media promosi yang dapat dipakai untuk memperkenalkan produk secara langsung dengan menampilkan gambar-gambar serta menjelaskan isi dari produk tersebut.

Menurut Amelia (2019), media merupakan alat yang dapat membantu dalam keperluan dan aktivitas, dimana sifatnya dapat mempermudah bagi siapa saja yang memanfaatkannya.

Menurut Leshin dkk dalam (Abdia dkk,



2020) mengatakan *leaflet* merupakan salah satu media berbasis cetak yang bermanfaat dan dapat digunakan sebagai media pembelajaran. Oleh karena itu, tidak sedikit penelitian sebelumnya yang menggunakan *leaflet* sebagai media dan didapati hasil bahwasanya *leaflet* sangat praktis, valid, dan efektif sebagai media informasi berbentuk kertas.

Jongkong, bludar, dan kunjung seringkali muncul pada acara-acara besar yang diadakan oleh pemerintah kabupaten Ogan Ilir. Seperti, ulang tahun kabupaten dan penyambutan tamu dari luar kabupaten. belum menjadikan makanan tradisional jongkong dan bludar terkenal sehingga masih terbatas pengetahuan masyarakat mengenai makanan tradisional yang ada di Ogan ilir, khususnya yang ada di Desa Tanjung Sejaro.

Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Indriyana (2017), tentang “ Pengaruh penggunaan bahan ajar *leaflet* terhadap hasil belajar IPA Kelas VIII di SMP PGRI 6 Bandar Lampung”. Hasil penelitian memperlihatkan *leaflet* terhadap pengaruh signifikan antara bahan ajar dengan hasil belajar siswa yang terlihat pada sebelum dan sesudah digunakannya *leaflet* sebagai bahan ajar.

Penelitian terdahulu telah menjadikan *leaflet* sebagai media atau sarana pembelajaran. Oleh karena itu, pada penelitian ini turut menjadikan *leaflet* sebagai media promosi pada kelompok usaha mikro kecil dan menengah desa Tanjung Sejaro Kabupaten Ogan Ilir. Adapun judul penelitian ini adalah ” Pengembangan *Leaflet* Makanan Tradisional Sebagai Media Promosi di Kelompok UMKM Desa Tanjung Sejaro Kabupaten Ogan Ilir”

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian dan pengembangan yang berorientasi pada produk dan bertujuan untuk mengembangkan *leaflet* berbasis makanan tradisional sebagai media promosi di kelompok UMKM desa tanjung sejaro kabupaten Ogan Ilir. Penelitian dan pengembangan merupakan suatu proses atau langkah-langkah untuk mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada.

Langkah strategi penelitian pengembangan menurut Borg and Gall (dalam Sari, 2021) menjelaskan sepuluh langkah penelitian dan pengembangan yang akan dijadikan pedoman dalam pengembangan sebagai berikut :

*Research and information colleciting* (Penelitian dan pengumpulan data yang meliputi pengukuran kebutuhan, kajian pustaka, pengamatan dilapangan). *Planning* (Perencanaan), *Develop preliminary form of product* (Pengembangan draft produk), *Preliminary field testing* (Uji coba lapangan), *Main product revision* (Penyempurnaan produk awal), *Operational product revision* (Penyempurnaan produk hasil uji lapangan), *Operasional field testing* (Uji pelaksanaan lapangan), *Final product revision* (Menyempurnakan produk akhir), *Disemination and implementation* (Diseminasi dan implementasi).

Berdasarkan penjelasan diatas terdapat 10 tahapan yang dapat dilakukan dalam melakukan penelitian pengembangan menurut Borg and Gall. Pada penelitian ini 10 langkah tersebut disederhanakan menjadi 6 tahapan yaitu: *Research and information colleciting* (Penelitian dan pengumpulan data yang meliputi pengukuran kebutuhan, kajian pustaka, pengamatan dilapangan), *Develop preliminary form of product* (Pengembangan draft produk), Validasi ahli materi, ahli bahasa, ahli media, Revisi produk, *Main field testing* (Uji coba lapangan), *Final product*

*revision* (Menyempurnakan produk akhir). Penyerderhaan langkah-langkah penelitian dilakukan untuk lebih memfokuskan penelitian sesuai dengan batasan pada penelitian sehingga penelitian menjadi sesuai dengan tujuan.

## **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan maka hasil penelitian adalah sebagai berikut Tahapan pertama pengembangan ini melakukan analisis kebutuhan, yaitu menganalisis kebutuhan kelompok UMKM makanan tradisional terhadap media promosi yang akan dikembangkan. Dari analisis ini diketahui bahwa proses promosi yang digunakan di desa Tanjung Sejaro ialah secara lisan dari konsumen satu ke konsumen lainnya dan pemasaran langsung dengan demikian peneliti mengembangkan *leaflet* sebagai media promosi makanan tradisional di kelompok UMKM desa Tanjung sejaro kabupaten Ogan Ilir.

Tahapan selanjutnya, yaitu uji coba produk media promosi *leaflet* makanan tradisional di kelompok UMKM desa Tanjung Sejaro dikatakan valid dapat dilihat dari tahap validasi terdiri dari validasi ahli bahasa, ahli materi, dan ahli media. Lembar validasi yang telah diberikan peneliti kemudian diisi para ahli dengan cara menulis dan memberikan tanda ceklis pada hasil skor yang ada pada skala penilaian terdapat 4 skala penilaian dengan 4 kategori sangat layak, layak, tidak layak, dan sangat tidak layak.

para ahli bahasa media dan materi berikut rata-rata yang didapatkan dari para ahli ahli bahasa mendapatkan persentase 95% dengan kategori sangat layak, validasi dengan ahli media didapatkan persentase 87% dengan kategori sangat layak dan

validasi bersama ahli materi didapatkan persentase 90% dengan kategori sangat layak.

Selanjutnya, setelah mendapatkan skor dan penilaian dari para ahli saran dan masukan yang diberikan dijadikan acuan untuk memperbaiki produk sehingga dilakukan revisi produk dengan mengikuti saran yang telah diberikan oleh ahli jika revisi produk telah dilakukan maka produk media promosi *leaflet* makanan tradisional dinyatakan praktis apabila produk yang dikembangkan telah memenuhi standar penggunaan media, tingkat kepraktisan ini dapat dilihat dari hasil observasi yang dilakukan peneliti dengan melihat hasil uji coba *one to one* dan uji coba *small group*.

Pada tahap *one to one* kan diuji cobakan pada tiga anggota kelompok UMKM dengan memberikan angket untuk mengisi pertanyaan yang telah tertera dan dari hasil uji coba *one to one* didapatkan hasil 90% yang dikategorikan sangat layak kemudian dilakukan lagi uji coba kelompok kecil atau *small group* yang terdiri dari 9 anggota kelompok usaha mikro kecil dan menengah yang didapatkan hasil 85% dalam kategori sangat layak. Uji coba juga dilakukan kepada konsumen dengan kriteria purposive sampling diambil dari warga yang berada di luar desa Tanjung Sejaro pada uji coba yang dilakukan bersama konsumen didapatkan hasil yaitu, 85% dengan kategori sangat layak.

## **Kesimpulan**

Media promosi *leaflet* makanan tradisional dinyatakan valid setelah melalui penilaian dari 3 ahli, yaitu ahli media, ahli bahasa, dan



ahli materi. persentase ahli bahasa, yaitu 95% dengan kategori sangat layak, validasi ahli media didapatkan persentase 87% dengan kategori sangat layak dan validasi bersama ahli materi didapatkan persentase 90% dengan kategori sangat layak.

Kepraktisan media promosi *leaflet* makanan tradisional di kelompok UMKM desa Tanjung Sejaro kabupaten Ogan Ilir memperoleh kategori sangat praktis dengan skor persentase 90% pada uji coba *one to*

*one* dan mendapatkan hasil persentase 85% pada uji coba *small group* atau kelompok kecil dengan kategori sangat layak. Uji coba juga dilakukan kepada konsumen dengan kriteria purposive sampling diambil dari warga yang berada di luar desa Tanjung Sejaro pada uji coba yang dilakukan bersama konsumen didapatkan hasil yaitu, 85,7% dengan kategori sangat layak.

## Daftar Pustaka

- Abdia, L., Firdaus, M., & Susiaty, U. D. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Leaflet Berbasis Problem Posing terhadap Kemampuan Pemahaman Matematis pada Materi Aritmatika Sosial. *Jurnal Prodi Pendidikan Matematika (JPPM)*, 2(1), 61-70.
- Amelia, T. (2019). Pengaruh Pendekatan STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematic) terhadap Keterampilan Berpikir Kritis dan Sikap Ilmiah Peserta Didik Kelas XI pada Mata Pelajaran Biologi di MAN 2 Bandar Lampung. *Doctoral dissertation: UIN Raden Intan Lampung*
- Anggraini, D. (2020). Pengembangan Media Promosi Berbasis Video Katalog Digital Pada Online Shop Bernama Akun Biuge. Id (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Badan Pusat Statistik. (2020). Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman . 4(1),88–100.
- Dinata, Z. S., Famukhit, M. L., & Nurhayati, N. (2021). Efektifitas Peranan Instagram Sebagai Media Promosi Cafe Quick Chicken Pacitan. *Jurnal Proyeksi Pendidikan Informatika*, vol. 1(02), 74-82.
- Ekadewi, S., Yunanto, P. W., & Sastrawijaya, Y. (2018). Pengembangan Website Dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pariwisata Di Kabupaten Bangka Selatan. *PINTER : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika Dan Komputer*, 2(1), 9–16
- Ernawati, I. (2017). Uji kelayakan media pembelajaran interaktif pada mata pelajaran administrasi server. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, vol.2(2), 204-210.
- Fajri, I. (2018). Strategi peningkatan penjualan makanan tradisional sunda melalui daya tarik produk wisata kuliner di The Jayakarta Bandung Suite Hotel & Spa. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 45- 56.
- Firmansyah, A. I. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Tulungagung. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Tulungagung*, 53(9), 1689–1699.
- Kautsar Munazz, Firdaus, 2019 *Pengembangan Multimedia Animasi Arc Metal Spraying Universitas Pendidikan Indonesia / repository.upi.edu / perpustakaan.upi.edu* 35. 35–51.
- Kementrian Koordinator Bidang Ek  
Naufal, M. D. D., & Nalurita, S. (2023).

Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Pada Mahasiswa Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma Jakarta. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, Vol. 13(1), 23-34.

- Natanael, R., Angga, M., & Citrowinoto, O. (2019). Pembuatan Video Makanan Khas Jawa Timur. *CALYPTRA*, Vol. 7(2), 3543-3551.
- Nurrokhman, K. H. (2019). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Rental Fotografi Dan Videografi Di Kota Malang (Studi pada Pengelola Kamera Malang). *Doctoral dissertation: University of Muhammadiyah Malang*.
- Oktiani, N. (2019). Pengembangan media pembelajaran berbentuk *leaflet* pada materi sistem pertahanan tubuh kelas xi ipa man 2 lahat.
- Putri, T. A. (2021). Efektivitas Promosi Kesehatan Melalui Media Video Dan Leaflet Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Penanggulangan Covid-19 Pada Kader Posyandu Di Desa Katikan
- Ragin, G., Magdalena, I., & Puspita, D. R. (2022). Pengembangan Media Interaktif Berbasis Powerpoint dalam Pembelajaran Bahasa Inggris Siswa



- Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 6(2), 8792-8799.
- Ruli, C. D. (2021). Literature Review Penggunaan Media Leaflet Terhadap Pengetahuan Ibu Tentang Literature Review Penggunaan Media Leaflet. Skripsi: politeknik kesehatan bengkulu.
- Sari, R. K. (2021). Penelitian Kepustakaan Dalam Penelitian Pengembangan Pendidikan Bahasa Indonesia. *Jurnal Borneo Humaniora*, 4(2), 60-69.
- Savira, F., & Suharsono, Y. (2013). Makanan Tradisional. *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 01(01), 1689–1699.
- Suryanta, D. I. (2023). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Kacamata Di Optik Duta Kampar Riau. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 3(1), 89-95.
- Suparno, S., Alfikar, G., Santi, D., & Yosi, V. (2018). Mempertahankan Eksistensi Budaya Lokal Nusantara Ditengah Arus Globalisasi Melalui Pelestarian Tradisi Gawai Dayak Sintang. *Jurnal Pekan: Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, vol. 3(1), 43-56.
- Wicaksono, T. (2020). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. [http://repository.stiedewantara.ac.id/1164/5/ BAB III.pdf](http://repository.stiedewantara.ac.id/1164/5/BAB%20III.pdf)
- Yusdiana, Y., Setiawati, E., Fajarwati, A., Karyaningsih, D., Arnah, A., & Chaerunisa, A. (2023). Pengenalan Makanan Tradisional Lebak Pada Anak Usia Dini Berbasis Android. *JEA (Jurnal Edukasi AUD)*, Vol. 8(2), 195-211.