

## PELATIHAN DESAIN GRAFIS UMKM SEMPOL SULTAN KEC. KREMBANGAN, SURABAYA

Nuril Esti Khomariah<sup>1\*</sup>, Yohana Luckyta Arta Mevia Soeprijanto<sup>2</sup>, Tengku Bintang Zaky Irmaysa<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Teknik Informatika, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Indonesia

\*e-mail korespondensi: nuril@untag-sby.ac.id.com

### Abstract

*Snacks are complementary foods that are always in demand by the wider community. Lots of people who like snacks, ranging from pentol, fried foods, sempol, egg rolls, round tofu etc. Therefore the demand for snacks has never decreased. With advances in technology, the sales strategy does not only focus on product quality but must also be balanced with good marketing quality. Therefore, in this community service activity, a marketing strategy will be implemented for UMKM in order to increase sales figures. This time, we will work with UMKM "SEMPOL SULTAN". The partner location is in Perak, Krembangan, Surabaya. This service activity aims to provide training in making graphic designs with the target of partners being able to make graphic designs independently. With a graphic design that supports the partner's marketing strategy, it is hoped that it can increase the monthly turnover value and attract even more new customers.*

**Keywords:** Online marketing; UMKM; graphic design;

### Abstrak

Makanan ringan atau camilan merupakan makanan pendamping yang selalu diminati oleh masyarakat luas. Banyak sekali masyarakat yang menggemari makanan ringan, mulai dari pentol, gorengan, sempol, telur gulung, tahu bulat dll. Maka dari itu permintaan akan makanan ringan atau camilan tidak pernah menurun. Dengan kemajuan teknologi, strategi penjualan tidak hanya fokus ke kualitas produk saja namun juga harus diimbangi dengan kualitas pemasaran yang baik. Maka dari itu pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dilakukan penerapan strategi pemasaran bagi UMKM guna menaikkan angka penjualan. Pada kali ini akan bekerja sama dengan UMKM "SEMPOL SULTAN". Lokasi mitra berada di Perak kecamatan Krembangan Surabaya. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pembuatan desain grafis dengan target mitra dapat membuat desain grafis secara mandiri. Dengan adanya desain grafis yang mendukung strategi pemasaran mitra, diharapkan dapat menaikkan nilai omzet perbulan dan menarik pelanggan baru lebih banyak lagi.

**Kata Kunci:** Marketing Online; UMKM; Desain Grafis;

Accepted: 2022-11-27

Published: 2023-07-30

## PENDAHULUAN

Makanan ringan atau camilan merupakan salah satu makanan pendamping yang masih sangat diminati masyarakat luas. Terdapat berbagai macam makanan ringan seperti pentol, gorengan, tahu bulat, lumpia, sempol, telur gulung dll. Oleh karena itu permintaan akan makanan ringan tidak pernah turun. Dengan adanya kemajuan teknologi dan kondisi pandemi, membuat banyak pembeli beralih dari pembelian offline menjadi pembelian berbasis online (Harini,2020) (Harto,2019).

Sehingga membuat para pelaku usaha makanan ringan harus beradaptasi agar dapat mempertahankan usaha yang dilakukannya (Hardiansyah,2022) (Andayani,2021). Banyak sekali media online (Septiowati,2021) yang dapat dimanfaatkan guna menaikkan penjualan secara online, seperti marketplace, media sosial (Khomariah,2021) dll. Selain itu pelaku usaha juga harus bisa mem-branding usahanya (Marpaung,2021) seperti membuat logo serta desain poster / banner (Raharja,2021) yang menarik pembeli.

Sementara kebanyakan pelaku usaha makanan ringan masih mempertahankan system penjualan secara offline / tradisional dikarenakan minimalnya pengetahuan dalam hal IT. Oleh karena ini kegiatan pengabdian ini akan memberikan pengetahuan bagi pelaku usaha untuk bisa secara mandiri dalam membuat logo, poster, banner, serta akun media sosial. Sehingga dengan penerapan startegi pemasaran tersebut dapat menaikkan omset penjualan.



**Gambar 1.** Produk dan proses pembuatan SEMPOL SULTAN

## METODE

Metode dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi 3 tahap yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pelaporan.

### 1. Tahap Persiapan

Tim pelaksana melakukan kunjungan ke lokasi usaha mitra. Lalu melakukan observasi dan mengajukan beberapa pertanyaan kepada mitra sehingga tim pelaksana lebih mengetahui kondisi dan permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra. Dari hasil tersebut makan tim pelaksana dapat menyimpulkan sosialisasi dan pelatihan apa yang dibutuhkan oleh mitra.

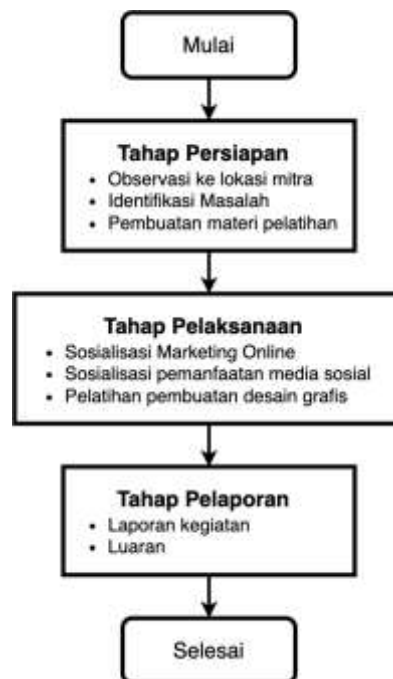
### 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini merupakan inti dari pelaksanaan kegiatan pengabdian dimana sosialisasi dan pelatihan dilakukan. Adapun detail kegiatan yang dilaksanakan sebagai berikut :

- a) Sosialisasi marketing online
- b) Pelatihan pemanfaatan media sosial
- c) Pelatihan pembuatan desain grafis

### 3. Tahap Pelaporan

Pada tahap ini, tim pelaksana diharuskan membuat laporan akhir kegiatan, publikasi kegiatan pada media elektronik dan publikasi berupa jurnal nasional.



**Gambar 2.** Tahap kegiatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mitra lebih memahami tentang konsep dan cara melakukan marketing online serta pemanfaatan media sosial. Selain itu, mitra memiliki keterampilan untuk membuat desain grafis menggunakan aplikasi Canva dan Corel Draw. Usaha mitra telah memiliki logo khas yang dapat digunakan sebagai salah satu mem-branding usahanya. Beberapa cabang mitra telah dilengkapi dengan banner usaha sehingga masyarakat yang melintas lebih menyadari bahwa terdapat usaha SEMPOL SULTAN di lokasi tersebut.

Selain itu lokasi cabang juga dilengkapi dengan poster dan stiker. Terdapat stiker ShopeeFood dimana menandakan bahwa SEMPOL SULTAN juga dapat dipesan melalui marketplace tersebut. Selain pembayaran melalui cash, pembeli juga dapat melakukan pembayaran melalui QR Code atau OVO. Secara keseluruhan kegiatan ini menghasilkan 3 desain grafis, yaitu :

- Stiker packaging produk (Gambar 3)
- Poster usaha (Gambar 4)
- Banner usaha (Gambar 5)



**Gambar 3.** Hasil kegiatan berupa stiker yang akan ditempel pada packaging produk

Untuk stiker packaging produk dicetak menggunakan kertas stiker Vinyl Glossy dikarenakan jenis kertas ini lebih tahan air. Sehingga lebih awet ketika ditempelkan ke packaging produk SEMPOL SULTAN. Untuk 1 lembar kertas A3+ akan mendapatkan 21 pcs stiker, ukuran ini telah disesuaikan dengan ukuran dari packaging (tidak terlalu besar atau tidak terlalu kecil).



**Gambar 4.** Hasil kegiatan yaitu berupa desain poster



**Gambar 5.** Hasil kegiatan yaitu berupa desain banner

Setelah proses pembuatan desain grafis telah selesai, maka Langkah selanjutnya adalah proses percetakan dan dilanjutkan dengan pemasangan di lokasi usaha mitra. Gambar 6 dan 7 menunjukkan beberapa stiker yang sudah terpasang di dua cabang SEMPOL SULTAN.



**Gambar 6.** Hasil kegiatan berupa stiker (lokasi cabang 1)



**Gambar 7.** Hasil kegiatan berupa stiker (lokasi cabang 2)

Terlihat bahwa lokasi usaha mitra lebih menarik pengunjung dan nilai branding lebih baik ketika hasil desain grafis telah terpasang dari pada sebelumnya. Cara pembayaran yang bisa dilakukan lebih terdefinisi dengan jelas dengan pemasangan stiker-stiker tersebut. Masyarakat disekitar lokasi juga lebih menyadari akan adanya usaha SMEPOL SULTAN dibandingkan sebelum pemasangan banner.



**Gambar 8.** Hasil kegiatan berupa poster dan banner SEMPOL SULTAN

Pada Gambar 10 terlihat adalah hasil dari kegiatan pelatihan yaitu sebuah desain grafis berupa banner. Dimana banner tersebut dicetak dan dipasang disalah satu cabang dari SEMPOL SULTAN yang berada di Jl. Alun-alun Priok, Surabaya.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil memberikan keterampilan kepada SEMPOL SULTAN untuk bisa membuat secara mandiri desain grafis menggunakan aplikasi Canva dan Corel Draw. Sehingga untuk kedepannya mitra dapat membuat konten-konten untuk iklan dan mempromosikan produknya baik melalui media sosial maupun whatsapp. Selain itu dengan adanya logo yang telah dibuat, membuat nilai jual dari produk lebih tinggi dan usaha memiliki nilai branding lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39-45.
- Harini, C., & Rohman, A. (2020). Iptek Bagi Masyarakat dan Pengembangan Marketing Online Pada UMKM Kabupaten Semarang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 701-706.
- Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 16(1), 12-20.
- Raharja, S. U. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan usaha umkm di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108-123.
- Septiowati, R., Sari, S., Purwatiningsih, P., Dyatmiko, R., & Widayat, W. (2021). Meningkatkan Profit Umkm Dengan Menerapkan Penjualan Melalui Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdikaryasakti*, 1(2), 129-142.

- 
- Khomariah, N. E., & Primandari, P. N. (2021). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Pelaku Usaha Toko Ikan "Sub Aquatic" Sebagai Strategi Digital Marketing. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 795-801.
- Khomariah, N. E. (2021). Implementasi pemasaran ikan hias "sub betta brothers" melalui social media dan digital marketing. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 196-201.
- Khomariah, N. E. (2021). Pelatihan Desain Label Kemasan Pada Produk Aneka Peyek Merk "Ono" Di Desa Palemwatu Kecamatan Menganti, Gresik. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 147-151.
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021, November). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 294-300).
- Hardiansyah, B., & Armin, A. P. (2022). Pemanfaatan Sosial Media Instagram Sebagai Sarana Digital Marketing Di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(7), 1297-1306.