

PELATIHAN DESAIN SEDERHANA UNTUK MEDIA PROMOSI UMKM DI KECAMATAN BLIMBING KABUPATEN MALANG

Hermawan Budi Prasetyo, Ike Vina Noviana, Sri Wahyuni

Prodi Akuntansi STIE Cendekia Bojonegoro

hermawan.stiekia@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
<p>Article History: Received: 22 Desember 2022 Revised: 12 Januari 2023 Accepted: 17 Januari 2023</p>	<p><i>The conditions of the COVID-19 pandemic have forced business actors to be able to adapt to the changes that are occurring in order to survive in the industry, such as changing the concept of selling from an offline basis to online. MSMEs, whose capital costs are lower than those of large businesses, have a great opportunity to be able to take advantage of this online base. For this reason, MSME actors must be able to maximize and streamline their marketing and promotion strategies to attract buyers and increase sales, one of which is by visualizing promotional content well. However, as ordinary people in the field of design, MSME actors generally have limitations in making designs. If graphic design usually requires software that is not easy for ordinary people to learn, now there is an alternative that can be used by everyone more easily and for free, namely Canva. By designing a price list as an attractive and informative promotional medium, it is hoped that MSME actors will be able to attract more consumers which will have an impact on increasing product sales..</i></p>
<p>Keywords: <i>promotional media, design, Canva.</i></p>	

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang sedang terjadi tidak hanya menggoyahkan sektor kesehatan saja, namun juga sektor ekonomi di seluruh dunia. Untuk menghentikan laju penularan virus, pemerintahan negara-negara di dunia memberlakukan kebijakan *lockdown* yang secara total membatasi pergerakan manusia. Di Indonesia, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 9 tahun 2020 tentang pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan *corona virus disease* 2019 (COVID-19) tanggal 3 April 2020.

Berdasarkan Pasal 13 Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 Tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19), pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar meliputi: (a) peliburan sekolah dan tempat kerja; (b) pembatasan kegiatan keagamaan; (c) pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum; (d) pembatasan kegiatan sosial dan budaya; (e) pembatasan moda transportasi; dan (f) pembatasan kegiatan lainnya khusus terkait aspek pertahanan dan keamanan. Penerapan PSBB ini tentu berdampak

besar pada sektor usaha, termasuk para pelaku UMKM.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran, serta berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.

Adanya COVID-19 dan penerapan PSBB ini memaksa para pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi agar tetap bertahan di industri, seperti mengubah konsep penjualannya dari basis *offline* menjadi *online*. Jika mampu memanfaatkan peluang dengan baik, para pelaku UMKM yang biaya modalnya lebih rendah dibandingkan dengan pelaku bisnis besar, dapat mengambil keuntungan dari basis *online* tersebut untuk meningkatkan laba. Untuk itu, para pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan dan mengefektifkan strategi pemasaran dan promosinya untuk menarik pembeli dan meningkatkan penjualannya.

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Stanton, 2017). Sedangkan promosi adalah berbagai cara yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya kepada konsumen atau masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung (Kotler & Keller, 2009). Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2019). Kegiatan promosi harus berfokus pada upaya menciptakan ketertarikan masyarakat atas produk yang ditawarkan, sehingga dapat mencapai tujuan utama dari promosi itu sendiri, yaitu meningkatkan penjualan.

Untuk dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat atas produk yang ditawarkan, konten promosi harus divisualisasikan dengan baik pada brosur, daftar harga, logo atau media promosi lainnya. Apalagi di masa pandemi COVID-19 saat ini, dimana sebagian besar kegiatan promosi dan penjualan dilakukan berbasis *online*. Namun sebagai orang awam di bidang desain, para pelaku UMKM umumnya memiliki keterbatasan dalam membuat desain. Hal ini seringkali menyebabkan tampilan media promosi terkesan monoton dan kurang menarik. Jika biasanya desain grafis membutuhkan *software* yang tidak mudah untuk dipelajari orang awam, saat ini ada alternatif yang bisa digunakan oleh semua orang dengan lebih mudah dan gratis, yaitu Canva. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan untuk memberikan pelatihan desain sederhana sebagai media promosi UMKM di Kecamatan Blimbing, Kabupaten Malang. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM dalam membuat media promosi yang menarik, sehingga dapat

meningkatkan penjualan produknya.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Pemaparan materi, yaitu penjelasan tentang pemanfaatan aplikasi Canva untuk membuat desain, meliputi fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi dan cara penggunaannya.
2. Praktik dan diskusi, yaitu pelatihan dan praktik secara langsung penggunaan Canva oleh peserta. Peserta dapat sekaligus berdiskusi terkait dengan penggunaan Canva.
3. Monitoring dan evaluasi kegiatan, bertujuan untuk mengetahui kemampuan peserta dalam membuat desain. Setelah mempraktikkan penggunaan Canva, masing-masing peserta diberi tugas untuk membuat daftar harga (*pricelist*) produknya masing-masing, kemudian diberikan saran-saran terkait desain yang dihasilkan oleh peserta.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Sebagai orang awam di bidang desain, para pelaku UMKM umumnya memiliki keterbatasan dalam membuat desain. Hal ini seringkali menyebabkan tampilan media promosi terkesan monoton dan kurang menarik. Jika biasanya desain grafis membutuhkan *software* yang tidak mudah untuk dipelajari orang awam, saat ini ada alternatif yang bisa digunakan oleh semua orang dengan lebih mudah dan gratis, yaitu Canva.

Canva adalah aplikasi desain grafis online yang dapat digunakan dengan mudah, bahkan oleh pemula. Canva dapat diakses melalui perangkat *desktop* maupun *mobile*, sehingga dapat digunakan kapanpun dan dimanapun untuk membuat desain logo, poster, konten media sosial, desain kemasan produk, daftar menu, *invoice*, banner iklan, daftar menu, dan sebagainya. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di Canva, pengguna dapat membuat desain dari nol, atau memilih satu di antara delapan ribu *template* yang tersedia, kemudian mengkostumisikannya sesuai dengan keinginan untuk mempercepat proses pembuatan desain. Pembuatan desain dengan menggunakan Canva untuk pemula dapat dilakukan dengan menerapkan langkah-langkah berikut:

1. Membuat Akun Canva

Agar dapat menggunakan aplikasi Canva, pengguna harus membuat akun terlebih dahulu. Selain mendaftar secara manual, pengguna juga dapat mendaftar dengan akun Google, Facebook, atau alamat email.

2. Membuat Desain dengan Canva (Dengan atau Tanpa *Template* Canva)

Setelah berhasil membuat akun, pengguna dapat memilih jenis desain yang diinginkan, seperti poster, banner iklan dan lain-lain. Untuk mempermudah dan mempercepat proses membuat desain, pengguna dapat memilih *template* yang sesuai kemudian kostumisikannya sesuai dengan jenis teks, ukuran teks, background dan lain-lain. Namun jika pengguna menginginkan desain yang lebih berciri khas, pengguna juga dapat membuat desain dari nol.

3. Unduh dan Share Hasil Desain

Setelah selesai dibuat, desain telah tersimpan secara otomatis di folder penyimpanan Canva. Pengguna cukup mengunduh desain tersebut atau membagikannya ke platform lain, seperti website, media sosial. Jika ada perubahan yang diperlukan, pengguna hanya perlu membuka desain yang telah tersimpan di folder penyimpanan, kemudian mengkostumisikannya sesuai dengan keinginan.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan

Setelah dilakukan pelatihan desain sederhana dengan menggunakan Canva ini, peserta dapat membuat desain daftar harga yang lebih menarik dan informatif dibandingkan dengan sebelum dilakukan pelatihan. Dengan desain daftar harga sebagai media promosi yang menarik dan informatif, diharapkan para pelaku UMKM dapat menarik lebih banyak konsumen yang berdampak pada meningkatkan penjualan produk.

SIMPULAN

Berdasarkan pengamatan selama kegiatan, para pelaku UMKM umumnya memiliki keterbatasan dalam membuat desain. Hal ini seringkali menyebabkan tampilan media promosi terkesan monoton dan kurang menarik. Dengan pelatihan desain sederhana ini, para pelaku UMKM dapat membuat desain media promosi yang lebih menarik untuk disebar di *platform* lain, yang diharapkan akan mampu meningkatkan penjualan produk.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 9 tahun 2020 tentang

pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan corona virus disease 2019 (COVID-19), (2020).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

Stanton, W. J. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.