

Pelatihan desain grafis dan seminar kewirausahaan bagi umkm sebagai upaya peningkatan kualitas promosi dan pemasaran produk pada masa covid-19

Fahmawati Wahyuningtias, Rina Agustina, Dyah Nisvi Ramadani, Jenny Intan Palupi, Sofia Adhriani, Riska Hidayati, Binta Luthfiana Nizah,
Institut Agama Islam Negeri Salatiga, Indonesia

^{*)} Korespondensi (e-mail: fahmaw528@gmail.com)

Received: 18-March-22; Revised: 23-June-23; Accepted: 30-June-23

Abstract

The COVID-19 pandemic has hurt the economy in Indonesia, one of which is the impact on MSMEs. The impact of this pandemic requires MSME players to develop marketing strategies and creativity. MSME players must be more creative and innovative in developing marketing strategies. Therefore, KKN IAIN Salatiga 2022 is carrying out graphic design training and entrepreneurship seminars for MSME players with the aim of MSME players having the skills to create attractive and creative promotions in various e-commerce so that MSME products can be promoted with a broader reach and can attract buyers. The methods used are counseling, graphic design training, and holding entrepreneurship seminars, which are carried out in several stages: preparation, implementation, and evaluation. The results of this Community Service Activity are (1) MSMEs can master material regarding the importance of graphic design, (2) MSMEs are starting to create their product catalogs, and (3) MSMEs are innovating with their brands and product packaging.

Keywords: Covid-19, MSMEs, Graphic Design Training, Entrepreneurship Seminar.

Abstrak

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak buruk terhadap perekonomian di Indonesia, salah satunya berdampak pada UMKM. Dampak pandemi ini menuntut para pelaku UMKM untuk menyusun strategi pemasaran dan kreativitas. Pelaku UMKM harus lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan strategi pemasaran. Oleh karena itu, KKN IAIN Salatiga Tahun 2022 menyelenggarakan pelatihan desain grafis dan seminar kewirausahaan bagi para pelaku UMKM dengan tujuan agar para pelaku UMKM mempunyai keterampilan dalam menciptakan promosi yang menarik dan kreatif di berbagai e-commerce sehingga produk UMKM dapat dipromosikan dengan jangkauan yang lebih luas dan dapat menarik pembeli. Metode yang digunakan adalah penyuluhan, pelatihan desain grafis, dan penyelenggaraan seminar kewirausahaan yang dilaksanakan dalam beberapa tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil dari Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah (1) UMKM dapat menguasai materi mengenai pentingnya desain grafis, (2) UMKM mulai membuat katalog produknya, dan (3) UMKM melakukan inovasi terhadap merek dan kemasan produknya.

Kata kunci: Covid-19, Pelaku UMKM, Pelatihan Desain Grafis, Seminar Kewirausahaan.

How to cite: Wahyuningtias, F., Agustina, R., Ramadani, D. N., Palupi, J. I., Adhriani, S., Hidayati, R., & Nizah, B. L. (2023). Pelatihan desain grafis dan seminar kewirausahaan bagi umkm sebagai upaya peningkatan kualitas promosi dan pemasaran produk pada masa covid-19. *Penamas: Journal of Community Service*, 3(1). <https://doi.org/10.53088/penamas.v3i1.346>

1. Pendahuluan

Adanya pandemi Covid-19 yang melanda dunia menyebabkan banyak dampak yang buruk bagi perekonomian di berbagai negara khususnya di Indonesia, salah satunya yaitu berdampak kepada para pelaku UMKM. Dimana jumlah keseluruhan UMKM di Indonesia sekitar 64,19 juta, dan sebagian dari jumlah tersebut merupakan UMK (Usaha Mikro dan Kecil) yang sangat dominan dengan kisaran 64,13 juta terkena imbas adanya pandemi ini (Bahtiar, 2021). Dari keseluruhan berbagai sektor usaha yang sangat dominan dapat dilihat dari data yang ditemukan pada penelitian yang dilakukan Thaha bahwa pemilik UMKM bidang usaha kuliner mengalami dampak covid-19 yang jumlahnya berkisar 163.713 di tahun 2020. Kemudian berdasarkan data yang diperoleh dari Kemenkop UMKM menunjukkan bahwa pemilik UMKM yang mengalami penurunan dari sisi penjualan yaitu sekitar 56%, pada sisi pembiayaan sekitar 22%, sisi pendistribusian barang berkisar 15%, dan adanya kesulitan dalam memperoleh bahan baku mentah sekitar 4%.

Selain itu data mengenai turunnya pendapatan pemilik UMKM dari penelitian Soetjhipto disebabkan oleh menurunnya daya beli para konsumen sekitar 63%, para konsumen takut dan malas membeli dikarenakan penetapan aturan PSBB sekitar 46%, dan terdapat aturan mengenai jam operasional pada toko sekitar 42%. Efek dari penurunan pendapatan tersebut menyebabkan pemilik UMKM lebih memilih berhenti beroperasi sekitar 33%, menghabiskan stok barang yang akan dikembalikan sekitar 19%, melaksanakan produksi apabila ada pesanan sekitar 8%, dan membuka usaha dengan melaksanakan protokol kesehatan yang ketat sekitar 27%. Dan cara pemilik UMKM menghadapi pandemi yaitu membuat suatu pemasaran dengan media sosial sekitar 38%, menggunakan promosi yang berbayar yang disediakan secara online sekitar 35%, menggunakan cara konvensional dengan menitipkan produk sekitar 13 %, dan bertahan membuka toko dagangan sekitar 6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya laporan mengenai UMKM yang terjadi di tahun 2020 dimana hal tersebut menjadi salah satu acuan dimana peran UMKM sangatlah dibutuhkan dalam meningkat atau tidaknya suatu perekonomian di Indonesia sekaligus menjelaskan bahwa hambatan dan cara penyelesaian masalah bagi pemilik UMKM dalam menghadapi pandemi Covid-19 (Andayani et al., 2021).

Disisi lain, salah satu kebijakan dari pemerintah yang berdampak bagi UMKM adalah kebijakan mengenai pengurangan mobilitas baik di tempat umum maupun di destinasi wisata (Pambudi et al., 2020; Purwahita et al., 2021; Rachmawati & Alhazami, 2022). Salah satu daerah wisata kuliner/pusat oleh-oleh destinasi wisata yang merasakan dampaknya, yaitu Desa Kenteng, Kecamatan Bandungan. Desa Kenteng dikenal memiliki banyak potensi-potensi UMKM, antara lain Torakur atau tomat rasa kurma, UMKM olahan ubi (hasil panen ubi ungu di kelola menjadi makanan inovatif seperti onde-onde ungu, keripik ubi, es krim ubi, pangsit ubi, dan bakpia ubi), UMKM Tahu Serasi, UMKM Tempe Daun, serta yang tak kalah menariknya adalah UMKN minuman tradisional yang tentunya sangat baik untuk kesehatan badan seperti Jenggelek, Bler Pletok, Bandrek, dan lain sebagainya. Semuanya diproduksi dalam

skala rumahan dan tentunya bertujuan untuk meningkatkan perekonomian warga setempat (Diana Puspitasari, dkk. 2018).

Adanya dampak pandemi mengharuskan para pelaku UMKM untuk mengembangkan strategi dan kreativitas pemasaran (Alfin, 2021; Awali, 2020; Hadi & Zakiah, 2021; Hartana, 2022). Menurut Hadilawati bahwa solusi mempertahankan diri para pemilik UMKM di masa pandemi Covid 19 yaitu membuat promosi di berbagai *e-commerce* yang telah tersedia secara online, meningkatkan kualitas produk yang dimiliki, meningkatkan pelayanan konsumen, dan meningkatkan hubungan baik dengan konsumen (Andayani et al., 2021).

Apalagi di era digitalisasi ini pertumbuhan UMKM yang terus bertambah, para pelaku UMKM harus lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran sehingga efektif dalam memikat calon pelanggan. Salah satunya keterampilan yang harus dimiliki UMKM, yaitu keterampilan iklan *e-market* yang menarik dan kreatif sehingga produk UMKM dapat berpromosi dengan jangkauan yang lebih luas dan dapat menarik pembeli. Dalam temuan lapangan oleh kelompok mahasiswa KKN IAIN Salatiga 2022, sebagian besar UMKM di Dusun Kenteng masih terbilang kurang dalam keterampilan dasar untuk dapat *survive* di era digital marketing, diantaranya kurangnya melakukan promosi dengan menggunakan desain promosi yang menarik dan masih menggunakan cara-cara yang tradisional dan manual, seperti hanya berjualan di pasar lokal. Menurut Arif Budiman dalam Maudhody (2017) berpendapat bahwa pada era digital foto produk yang menarik dapat menjadi pionir dalam pemasaran produk.

Disisi lain, produk UMKM harus diseimbangkan dengan kekuatan *brand* dan *packaging* (kemasan) yang menarik. Merek yang melabeli sebuah produk berfungsi sebagai *value indicator* sekaligus pembeda dengan produk-produk yang lainnya (Setiawati et al., 2019). Daya tarik yang dapat ditonjolkan dari sebuah produk selain merek/logo produk adalah desain kemasannya. Kekuatan desain kemasan mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap keputusan pembelian karena desain kemasan yang unik akan memiliki daya tarik tersendiri bagi para konsumen (Prameswari, 2018). Namun pada kenyataannya, UMKM di Desa Kenteng hanya beberapa yang sudah memiliki *brand* yang mencitrakan produknya, sebagian besar UMKM di desa tersebut belum memiliki *brand*. Seperti halnya UMKM bunga potong. Strategi pemasaran UMKM bunga potong hanya dengan memajang produk mereka dan menunggu pembeli datang. Kemasan dari produk bunga potong yang hanya dikemas dengan kertas putih biasa yang dilingkarkan pada beberapa tangkai bunga. Tidak jauh berbeda dengan UMKM snack berat yang kemasannya hanya menggunakan kardus kecil tanpa adanya logo/*brand* dari produknya. Oleh karena itu, perlunya UMKM di Desa Kenteng untuk *re-branding* untuk meningkatkan harga jual, daya tarik produknya, dan sebagai promosi.

Sehubungan dengan hal tersebut, penulis dalam melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) IAIN Salatiga melalui program utama yaitu melakukan pelatihan desain grafis dan seminar kewirausahaan. Dan guna penyusunan artikel, penulis

menyusun dengan judul “Pelatihan Desain Grafis Dan Seminar Kewirausahaan Bagi Umkm Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Promosi Dan Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19.”

Permasalahan yang ada di UMKM Desa Kenteng Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang, meliputi:

1. Bagaimana pelaku UMKM Desa Kenteng memahami pentingnya peningkatan kualitas promosi dan pemasaran melalui desain grafis dan seminar kewirausahaan untuk pemasaran online?
2. Bagaimana pelaku UMKM Desa Kenteng dapat menyiapkan keterampilan desain grafis untuk pemasaran online?

Dari rumusan masalah di atas, kami merangkum tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Dengan memberikan Pelatihan Desain Grafis menggunakan aplikasi *canva*.
2. Dengan mengadakan seminar kewirausahaan mengenai pentingnya *branding* dan *packaging*.

Manfaat Pengabdian:

1. Meningkatnya pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya desain grafis dalam memaksimalkan promosi produknya.
2. Meningkatnya pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya *branding* dan *packaging* produknya untuk meningkatkan daya tarik produk dan dapat bersaing di pemasaran global.
3. Meningkatnya keterampilan dalam pembuatan desain promosi produk yang menarik dan kreatif melalui aplikasi digital *canva*.

2. Metode Pengabdian

Sub ini harus berisi informasi teknis yang cukup sehingga metode ini dapat diulangi oleh orang lain dengan baik. Jelaskan secara meyakinkan bahwa metode yang digunakan adalah metode baru dan jika perlu gunakan tabel

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Penyuluhan mengenai literasi pentingnya desain grafis kepada pelaku UMKM dan masyarakat umum Desa Kenteng. Melihat bahwa sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang paling terkena dampak dari pandemi covid-19, maka para UMKM harus mengembangkan strategi-strategi kreatif dalam penunjang pemasaran dan promosi produknya, diantaranya promosi berbasis online.
2. Melatih peserta dalam pembuatan desain katalog/pamflet yang menarik untuk mempromosikan produknya di era digitalisasi.
3. Mengadakan Seminar Kewirausahaan bagi pelaku UMKM Desa Kenteng mengenai pentingnya *branding* dan *packaging* di era digitalisasi.

Pelatihan ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan, yaitu:

Tahap Persiapan

1. Pra-survei Kegiatan Pelatihan Desain Grafis

Tahap ini dilaksanakan di hari Sabtu, 5 Februari 2022. Pada tahap ini Tim KKN mendatangi Perangkat Dusun dan Desa Kenteng untuk mendiskusikan program

kerja Pelatihan Desain Grafis dan mendapatkan informasi mengenai pelaku UMKM yang akan menjadi sasaran peserta di pelatihan tersebut.

2. Pra-survei Kegiatan Seminar Kewirausahaan

Tahap ini dilaksanakan pada hari Selasa, 22 Februari 2022. Pada tahap ini Tim KKN mendatangi Perangkat Desa di Balai Desa Kenteng untuk berdiskusi mengenai hal-hal apa saja yang dibutuhkan untuk mengembangkan UMKM yang ada di Desa Kenteng tersebut, serta untuk mendapatkan informasi mengenai data UMKM yang terdapat di Desa Kenteng. Dikarenakan hasil yang didapat Tim KKN masih minim, Tim KKN mendatangi Kepala Dusun di tiap-tiap Dusun yang terdapat di Desa Kenteng, yaitu di Dusun Karanglo, Dusun Kenteng, Dusun Jurang, Dusun Clowok, Dusun Ampelgading, Dusun Gelaran, dan Dusun Golak. Dalam diskusi tersebut Tim KKN menjelaskan program kerja dalam bidang ekonomi, yaitu melaksanakan pelatihan seminar kewirausahaan mengenai *branding* dan *packaging*. Program kerja ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan daya saing UMKM di Desa Kenteng pada masa covid-19.

Kegiatan ini akan melibatkan para pelaku UMKM di Desa Kenteng. Tim KKN dibantu oleh Kepala Dusun mengenai lokasi/rumah para pelaku UMKM. Setelah survei lokasi UMKM, Tim KKN menetapkan dan mencatat nama warga yang menjadi sasaran penyuluhan dan seminar kewirausahaan, serta mencatat produk apa saja yang dikembangkan para pelaku UMKM.

3. Pembuatan Tim/Panitia Pelatihan Desain Grafis

Pelaksanaan pelatihan desain grafis agar berjalan dengan lancar dan terstruktur, maka Tim KKN yang berjumlah 11 orang dibagi berdasarkan sie-sie yang dibutuhkan dalam kegiatan pelatihan tersebut. Panitia kegiatan mengusung tema, “Pemula Berkarya: Pelatihan Penunjang Pemasaran Guna Menghadapi Perkembangan Digital.”

Tabel 1. Struktur panitia dalam kegiatan pelatihan desain grafis

Tugas	Nama
Ketua Panitia	Riska Hidayati
Sie Acara	1. Fahmawati Wahyuningtias 2. Dyah Nisvi Ramadani 3. Riza Khoirun Nisa
Sie Dekorasi dan Dokumentasi	1. Rina Agustina 2. Ayu Nur Hasanah
Sie Perlengkapan	1. Jenny Intan Palupi 2. Nurul Aeni 3. Bunga Luthfiana Nizah 4. Selfhi Tania Wulandari
Sie Humas	Sofia Adhriani
MC Acara	Dyah Nisvi Ramadani

4. Tim/Panitia Pelatihan Seminar Kewirausahaan

Pelaksanaan Seminar Kewirausahaan agar berjalan lebih terstruktur, maka Tim KKN menyusun kepanitiaan seminar. Panitia kegiatan seminar kewirausahaan

mengusung tema, “Pentingnya *Branding* dan *Packaging* bagi Pelaku UMKM di Era Digitalisasi.”

Tabel 2. struktur panitia dalam kegiatan Seminar Kewirausahaan:

Tugas	Nama
Ketua Panitia	Dyah Nisvi Ramadani
Sie Acara	1. Sofia Adhriani 2. Rina Agustina 3. Binta Luthfiana Nizah 4. Ayu Nur Hasanah
Sie Dekorasi dan Dokumentasi	1. Fahmawati Wahyuningtias 2. Riska Hidayati 3. Jenny Intan Palupi 4. Selfhi Tania Wulandari
Sie Perlengkapan	Riza Khoirun Nisa
Sie Koordinator Lapangan	Nurul Aeni
MC Acara	Selfhi Tania Wulandari
Moderator Acara	Sofia Adhriani

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan di Aula Lt. 2 Masjid Miftakhul Jannah Dusun Kenteng. Pelaksanaan pelatihan desain grafis ini terbagi menjadi empat sesi, yaitu sesi pertama penyuluhan mengenai literasi akan pentingnya desain grafis bagi pelaku UMKM, sesi kedua pemaparan materi, sesi ketiga praktik langsung membuat katalog/pamflet promosi produk menggunakan aplikasi *canva*, dan sesi keempat evaluasi hasil katalog/pamflet yang dibuat UMKM kepada pemateri.



Gambar 1. Poster Pelatihan Desain Grafis

Pengumpulan peserta pelatihan dimulai dengan pembuatan dan penyebaran poster pelatihan yang dibuat oleh panitia kegiatan agar informasi dapat dibagikan ke grup UMKM (Gambar 1). Panitia kegiatan menghubungi dan meminta bantuan Ketua RW dan RT setempat untuk membantu menyebarkan poster tersebut melalui grup *WhatsApp*, lalu peserta yang berminat mengikuti pelatihan desain grafis dapat mendaftar di Ketua RT setempat.

Adapun pelaksanaan kegiatan seminar kewirausahaan dilaksanakan di Aula Balai Desa Kenteng. Seminar ini terbagi menjadi dua sesi, yaitu sesi pertama pemaparan materi dan sesi kedua tanya jawab mengenai materi yang dibawakan. Pengumpulan peserta terbagi menjadi 2 cara, yaitu pertama mendatangi lokasi untuk memberikan surat undangan seminar kepada para pelaku UMKM serta melaksanakan penyuluhan kewirausahaan, kedua menyebarkan poster seminar melalui sosial media *WhatsApp* dan instagram KKN Jalaluddin Rumi.



Gambar 2. Poster Seminar Kewirausahaan

Tahap Evaluasi

Kegiatan pada tahap ini adalah evaluasi mengenai hasil/output dari pelatihan digital marketing dan seminar kewirausahaan, yaitu:

1. Pemilik usaha UMKM merasa lebih terbuka wawasan dan kreatifitasnya tentang pentingnya desain grafis. Seperti halnya yang telah dilakukan oleh Ibu Zia selaku Ibu Ketua RT 02 Dusun Kenteng yang sudah memulai membuat katalog/pamflet produk strap mask dan berbagai jenis bros melalui aplikasi *canva*.



Gambar 3. Hasil katalog/pamflet produk setelah mengikuti pelatihan desain grafis.

2. Pemilik usaha UMKM menjadi lebih kreatif ke depannya untuk terus berinovasi dengan *brand* dan *packaging* produknya. Seperti halnya *re-branding* kemasan yang sudah dilakukan oleh Ibu Erna pelaku UMKM Kopi Robusta, Dusun Karanglo, Desa Kenteng. Sebelum mengikuti kegiatan seminar kewirausahaan, kemasan produk kopi Ibu Erna menggunakan pemilihan warna silver, lalu setelah mengikuti kegiatan seminar kewirausahaan, ia melakukan *re-branding* kemasan dengan pemilihan warna emas agar terlihat lebih elegan,



Gambar 4. Kemasan sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan seminar kewirausahaan.

3. Hasil Pengabdian

Dalam temuan lapangan, Desa Kenteng memiliki banyak potensi pada Sumber Daya Alamnya, maka tidak heran sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai petani

bunga. Desa ini juga menjadi salah satu tujuan para wisatawan untuk membeli oleh-oleh yang dikelola langsung oleh para pelaku UMKM. Namun, sebagian besar UMKM di desa tersebut juga terhambat permasalahan-permasalahan antara lain pertama dalam pemasaran. Kedua, kemasan yang kurang menarik. Beberapa langkah dan inovasi yang dilakukan, yaitu:

Pelatihan desain grafis

Langkah pertama dalam menunjang pemasaran dan promosi produk adalah dengan Kegiatan Pengabdian Masyarakat berupa Pelatihan Desain Grafis yang dilakukan oleh Tim KKN dilaksanakan pada hari Minggu, 6 Februari 2022 di Aula lantai 2 Masjid Miftakhul Jannah Dusun Kenteng. Peserta pelatihan adalah pelaku UMKM Desa Kenteng dan masyarakat secara umum. Jumlah peserta pelatihan sebanyak 17 orang. Pada sesi pertama, Tim KKN memberikan penyuluhan meliputi pemahaman mengenai digital marketing, manfaat dari pelatihan desain grafis dan pentingnya desain grafis di era digitalisasi untuk promosi produk pada UMKM.



Gambar 6. Penyuluhan Desain Grafis

Pada sesi kedua, yaitu sesi pemaparan dari pemateri yang bernama Kakak Nawal, seorang mahasiswa IAIN Salatiga dan *content creator*. Sebelum masuk pada sesi ini, Tim KKN memastikan bahwa peserta sudah mendownload aplikasi *canva* di ponsel masing-masing. Pada sesi ini pemateri menjelaskan mengenai cara menggunakan fitur-fitur pada aplikasi *canva*, diantaranya *template* yang dapat digunakan secara gratis, cara mengubah tulisan sesuai dengan produk UMKM, cara menambahkan foto produk di *template* yang sudah tersedia, dsb.



Gambar 7. Pemaparan Materi

Selanjutnya sesi ketiga, yaitu peserta pelatihan desain grafis mencoba untuk praktik membuat katalog/pamflet menggunakan ponsel masing-masing. Diharapkan pada sesi ini peserta mengembangkan ide dan kreativitasnya, terutama pelaku UMKM agar dapat lebih kreatif dan inovatif dalam membuat desain promosi produknya.



Gambar 8. Peserta mencoba praktik membuat katalog/pamflet.

Sesi terakhir, yaitu sesi evaluasi dari pemateri. Pada sesi ini pemateri memberikan masukan/evaluasi mengenai pamflet/katalog yang sudah peserta desain, baik itu memberi masukan mengenai gradasi warna yang harus diganti, *layout*, dan hal-hal yang seharusnya ada di katalog/pamflet UMKM. Setelah terlaksananya pelatihan desain grafis dengan baik dan lancar, kemudian mahasiswa KKN mengadakan Seminar Kewirausahaan mengenai pentingnya *branding* dan *packaging* bagi pelaku UMKM di era digitalisasi.

Seminar Kewirausahaan

Langkah kedua dalam menunjang kemasan produk agar lebih menarik dengan Kegiatan Pengabdian Masyarakat berupa Seminar Kewirausahaan yang dilaksanakan pada hari Kamis, 24 Februari 2022 di Aula Desa Kenteng. Peserta seminar kewirausahaan ini adalah pelaku UMKM Desa Kenteng. Jumlah peserta seminar kewirausahaan sebanyak 34 orang. Dalam seminar kewirausahaan ini terbagi menjadi dua sesi, yaitu sesi pemaparan dari pemateri dan sesi tanya jawab.

Pemateri pada seminar kewirausahaan ini adalah Ibu Dr. Fetria Eka Yudianta, S.E., M.Si. Jumlah penduduk Indonesia sangat besar, itu artinya potensi pasar akan semakin banyak dan luas. Hal tersebut menyebabkan para pelaku UMKM memiliki tantangan akan hadirnya produk-produk impor, sehingga pelaku UMKM harus mengembangkan inovasi dan memanfaatkan teknologi. *Branding* dan *packaging* tidak dapat dipisahkan, branding berasal dari kata *brand* yang artinya merek/identitas produk yang dimiliki. *Branding* berfungsi agar produk UMKM dikenal oleh masyarakat luas. Sedangkan *packaging* berfungsi untuk menarik dan mempengaruhi konsumen dan menunjukkan identitas. Setelah pemaparan dari pemateri, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Diharapkan pada sesi tanya jawab, peserta dapat lebih menggali atau meminta saran mengenai perkembangan *brand* dan *packaging* produknya kepada pemateri.



Gambar. 9. Pemaparan Pemateri



Gambar. 10 Sesi Tanya Jawab

Secara umum hasil pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang telah melaksanakan 2 program kerja ini, yaitu (1) Pelatihan Desain Grafis (2) Seminar Kewirausahaan. Sehingga hasilnya dapat dilihat secara garis besar, meliputi:

1. Kemampuan dalam menguasai materi.
Pelaksanaan pelatihan desain grafis, yang meliputi penyuluhan menggunakan metode ceramah dan demonstrasi atau sering disebut dengan teori dan praktik. Sebelum melakukan praktik, terlebih dahulu menyampaikan materi. Adapun materi yang disampaikan berupa pentingnya desain grafis bagi pelaku UMKM dan fitur-fitur yang terdapat di aplikasi *canva*.
2. Ketercapaian tujuan pelatihan foto produk dan pembuatan desain promosi.
Tujuan pelatihan desain grafis guna menambah wawasan mengenai desain promosi, sehingga dalam waktu kedepan para pelaku UMKM dapat membuat desain produknya sendiri untuk menembus jangkauan pasar yang lebih luas.
3. Ketercapainya pembuatan *packaging*/kemasan yang lebih menarik.
Tujuan dari seminar kewirausahaan adalah memberikan ilmu dan pemahaman mengenai pentingnya brand dan packaging di era digitalisasi. Dengan adanya literasi/pemahaman tersebut, diharapkan para pelaku UMKM melakukan *re-branding* kemasan produknya untuk membuat ketertarikan pada pembeli.

4. Kesimpulan

Adanya kegiatan pengabdian di Desa Kenteng yang berupa pengadaan Pelatihan Desain Grafis Dan Seminar Kewirausahaan Bagi UMKM ini bertujuan untuk mengupayakan Peningkatan Kualitas Promosi Dan Pemasaran Produk serta dapat menggali potensi bisnis bagi pelaku UMKM Pada Masa Covid-19. Adapun hasil yang dapat diperoleh dari pembahasan ini diantaranya: 1) Peserta bisa mendapatkan tambahan ilmu serta wawasan dari kegiatan ini yang berkaitan dengan promosi dan pemasaran. 2) Beberapa peserta yang telah mengikuti kegiatan tersebut mampu menguasai materi serta mengimplementasikan ilmu yang sudah didapatkan. Melalui Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kemampuan UMKM untuk menggunakan dan memanfaatkan desain grafis dalam pemasaran dan pengembangan usaha menuju UMKM Berbasis Teknologi Informasi (*e-bisnis*) yang akan berdampak pada peningkatan transaksi penjualan dan pendapatan bagi pelaku UMKM di Dusun Kenteng, sehingga dapat bersaing pada era digitalisasi saat ini

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini disampaikan kepada; 1) IAIN Salatiga melalui Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LP2M) yang telah memberikan hibah; 2) Dosen pembimbing, Ibu Dr. Fetria Eka Yudiana, S.E., M.Si., yang telah membimbing dan memberikan motivasi dalam penyusunan artikel ini; 3) Perangkat Desa dan tokoh masyarakat Desa Kenteng, Kecamatan Bandungan; sert berbagai pihak yang membantu dalam terlaksananya kegiatan ini.

Referensi

- Alfin, A. (2021). Analisis strategi UMKM dalam menghadapi krisis di era pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543–1552.
- 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.
- Awali, H. (2020). Urgensi pemanfaatan e-marketing pada keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di tengah dampak Covid-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14.
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak pandemi covid-19 terhadap sektor usaha mikro, kecil, dan menengah serta solusinya. *Info Singkat*, 13(10), 19–24.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41.
- Hartana, H. (2022). Pengembangan UMKM di Masa Pandemi melalui Optimalisasi Teknologi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Media Ganesha FHIS*, 3(2), 50–64.
- Pambudi, A. S., Masteriarsa, M. F., Wibowo, A. D. C., Amaliyah, I., & Ardana, A. K. (2020). Strategi pemulihan ekonomi sektor pariwisata pasca Covid-19. *Majalah Media Perencana*, 1(1), 1–21.
- Prameswari, N. S. (2018). Strategi Branding Melalui Inovasi Desain Kemasan Bagi Home Industry Sabun Cair. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), 179. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1547>
- Purwahita, A. A. A. R. M., Wardhana, P. B. W., Ardiasa, I. K., & Winia, I. M. (2021). Dampak Covid-19 terhadap Pariwisata Bali Ditinjau dari Sektor Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 1(2), 68–80.
- Puspitasari, D., & Lestari, H. S. (2018). Peningkatan Kemampuan Manajemen Usaha Bagi UKM Olahan Pangan, di Desa Kenteng, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. *Proceeding of The ...*, 92–100.
- Rachmawati, A., & Alhazami, L. (2022). Strategi Pemulihan Ekonomi Pada Bidang Pariwisata di Era New Normal DKI Jakarta. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(1).
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.