

Pengenalan Tren Desain Grafis Untuk Digital Marketing Bagi UKM Mitra Binaan PT. Kilang Pertamina Internasional Unit III Plaju

Fatmariani^{1*}, Muhammad Jhonsen Syafrandi², Eka Hartati³

^{1,2} D3 Sistem Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech, Palembang, Indonesia

³ S1 Sistem Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech, Palembang, Indonesia

¹fatma_r@palcomtech.ac.id, ²m_jhonsen@palcomtech.ac.id, ³eka_hartati@palcomtech.ac.id

*Corresponding author

E-mail: fatma_r@palcomtech.ac.id (Fatmariani)

Article History:

Received: 10 Juni 2024

Revised: 29 Juni 2024

Accepted: 30 Juni 2024

Abstract: Era digitalisasi menuntut UKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing di era digital adalah dengan memanfaatkan digital marketing. Desain grafis memainkan peran penting dalam digital marketing, karena dapat membantu menarik perhatian audiens, meningkatkan brand awareness, dan mendorong konversi penjualan. Penelitian ini bertujuan memperkenalkan tren desain grafis terbaru untuk digital marketing kepada UKM mitra binaan PT. Kilang Pertamina Internasional Unit III Plaju. Metode Penelitian ini yaitu mengkaji literatur, tren desain grafis terkini, dan kebutuhan UKM mitra binaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren desain grafis terbaru untuk digital marketing meliputi: Penggunaan warna yang cerah dan berani: M menarik perhatian audiens dan membuat konten visual lebih menarik. Penggunaan gambar yang berkualitas tinggi: Membantu menyampaikan pesan dengan lebih efektif dan menarik. Penggunaan desain yang minimalis: Fokus pada pesan utama dan membuat konten visual lebih mudah dipahami sehingga meningkatkan daya tarik konten mereka, meningkatkan brand awareness, dan mendorong konversi penjualan.

Keywords:

Desain Grafis, Digital Marketing, UMKM

Pendahuluan

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan hal terpenting bagi perekonomian nasional, yang sebagai bentuk keberpihakan yang kuat dari kelompok-kelompok usaha rakyat, harus menjaga peluang, perlindungan, dan pengembangan yang paling penting sebanyak mungkin. Selain itu, UKM merupakan kegiatan usaha yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesempatan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat, serta berperan dalam



menghasilkan pemerataan dan pendapatan bagi masyarakat, (Terttiaavini et al., 2019).

Palembang merupakan ibukota Sumatera Selatan, terkenal dengan kekayaan budayanya dan menjadi salah satu tujuan wisata favorit di Indonesia. Di balik gemerlapnya pariwisata, Palembang memiliki banyak Usaha Kecil Menengah (UKM) yang menjadi tulang punggung ekonomi lokal. Pertumbuhan UMKM di Sumsel ini dikarenakan masyarakat lebih sadar jika berwirausaha itu lebih baik sehingga mereka lebih memilih untuk berwirausaha, (Setiawan, 2018). UKM ini bergerak di berbagai sektor, seperti kuliner, fashion, kriya, dan jasa.

Palembang, kota yang sarat akan warisan budaya dan menjadi destinasi wisata favorit, (Setiawan, 2019) memiliki banyak UKM yang menjadi tulang punggung ekonomi lokal. Di era digital ini, UKM Palembang perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi (Sholeh et al., 2020). Untuk bertahan di pasar yang kompetitif. Perkembangan Tren Desain Grafis untuk Digital Marketing menjadi tonggak penting dalam dunia teknologi (Putri et al., 2020). Kemajuan pesat dalam desain grafis, periklanan, dan promosi telah merevolusi cara kita berinteraksi dengan digital marketing.

Penerapan digital marketing untuk UKM Palembang mencakup berbagai sektor, termasuk bidang marketing (Febrianty et al., 2018). Seiring waktu, perkembangan desain grafis membuka peluang baru dan mendorong eksplorasi lebih lanjut, memasuki era di mana desain grafis dengan Canva menjadi komponen penting dalam evolusi teknologi global, yaitu tren desain grafis untuk digital marketing. Di era digital ini, UKM dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) (Purnomo, 2021). Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing dan menjangkau pasar yang lebih luas adalah dengan memanfaatkan digital marketing. Namun, banyak UKM di Palembang yang masih belum familiar dengan digital marketing. Mereka masih terkendala oleh pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya yang terbatas. Hal ini menyebabkan mereka tertinggal dalam memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan ini berupa pelatihan dan pendampingan kemampuan bidang Desain grafis untuk digital marketing. Ada 3 bentuk kerja utama yang dilakukan, mulai dari tahap persiapan, tahap pelatihan dan hasil.

1. Tahap Persiapan.

Tahap persiapan ini dimulai dengan sosialisasi kegiatan PKM dilaksanakan dengan tahap persiapan kegiatan dilakukan penyusunan jadwal, Persiapan materi dan Fokus Group Discussion (FGD) dengan Pertamina yang terkait dengan UKM binaan Pertamina Plaju. Selanjutnya, tim pelaksana sebagai narasumber untuk



merancang bentuk/konsep kegiatan, waktu dan tempat pelaksanaan, tujuan serta manfaat kegiatan hingga kegiatan pendampingan. Tim sebagai nara sumber juga membuat materi pelatihan yang akan disiapkan sebelum kegiatan pelatihan dimulai sehingga nanti akan memberikan kelancaran dan kemudahan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.

2. Tahap Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan di Pertamina Unit UKM binaan Pertamina Plaju. Adapun materi pelatihan yang akan disiapkan oleh Tim Pelaksana adalah:

- a. Identifikasi tujuan dan target audiens
Langkah pertama adalah mengidentifikasi tujuan dan target audiens dari kegiatan digital marketing. Apa yang ingin dicapai dengan untuk meningkatkan kesadaran mereka, mendorong konversi atau tren desain grafis untuk digital marketing.
- b. Buat Konsep Desain
Konsep desain adalah gambaran umum dari apa yang diinginkan untuk desain.
- c. Buat Desain
Setelah melakukan pembuatan konsep desain, memulai desain dengan menggunakan perangkat lunak desain grafis dan sumber daya grafis.

3. Tahap Pelaksanaan

- a. Metode ceramah dengan memberikan motivasi dan gambaran mengenai Tren desain grafis untuk marketing
- b. Metode diskusi yaitu mendiskusikan permasalahan yang dihadapi oleh masing-masing UKM yang selama ini dihadapi
- c. Metode praktek adalah metode yang di praktekkan secara langsung, disini kita langsung membuat desain produk dari UMKM.

Hasil

1. Tahap Persiapan.

Tahap persiapan ini dimulai dengan sosialisasi kegiatan PKM dilaksanakan dengan tahap persiapan kegiatan dilakukan penyusunan jadwal, Persiapan materi dan Fokus Group Discussion (FGD) dengan Pertamina yang terkait dengan UKM binaan Pertamina Plaju. Selanjutnya, tim pelaksana sebagai narasumber untuk merancang bentuk/konsep kegiatan, waktu dan tempat pelaksanaan, tujuan serta manfaat kegiatan hingga kegiatan pendampingan. Tim sebagai nara sumber juga membuat materi pelatihan yang akan disiapkan sebelum kegiatan pelatihan dimulai

sehingga nanti akan memberikan kelancaran dan kemudahan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Dari tahap ini dihasilkan jadwal pelaksanaan dan tempat pelaksanaan

2. Tahap Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan di Pertamina Unit UKM binaan Pertamina Plaju. Adapun materi pelatihan yang akan disiapkan oleh Tim Pelaksana adalah:

a. Identifikasi tujuan dan target audiens

Langkah pertama adalah mengidentifikasi tujuan dan target audiens dari kegiatan digital marketing. Apa yang ingin dicapai dengan untuk meningkatkan kesadaran mereka, mendorong konversi atau tren desain grafis untuk digital marketing.

b. Buat Konsep Desain

Konsep desain adalah gambaran umum dari apa yang diinginkan untuk desain belum adanya packaging untuk promosi sesuai produk. Sehingga diperlukan packaging untuk produk UKM tersebut.

c. Buat Desain

Setelah melakukan pembuatan konsep desain, memulai desain dengan menggunakan perangkat lunak desain grafis dan sumber daya grafis.

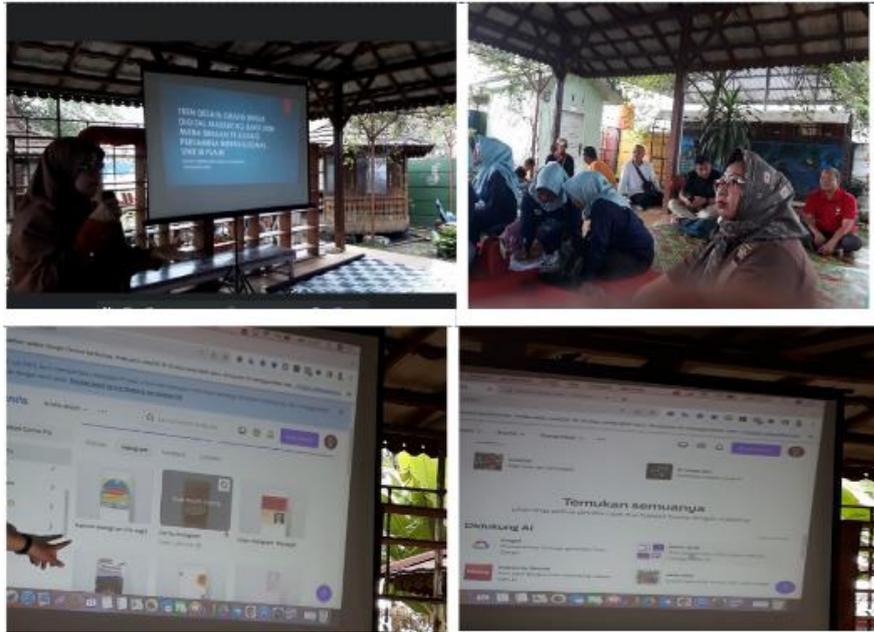
Gambar 1. Peserta UKM



3. Tahap Pelaksanaan

- a. Metode ceramah dengan memberikan motivasi dan gambaran mengenai Tren desain grafis untuk marketing

Gambar 2 Pemaparan materi oleh dosen



- b. Metode diskusi yaitu mendiskusikan permasalahan yang dihadapi oleh masing-masing UKM yang selama ini dihadapi.

Gambar 3 diskusi permasalahan yang dihadapi masing-masing UKM



Dari diskusi yang didapat permasalahan dari tim ukm sebagai berikut:

1. Desain Produk: membutuhkan desain packaging yang menarik dan informatif untuk produk mereka nya, agar dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk.
2. Packaging: membutuhkan Packaging untuk memperkenalkan brand dan produknya kepada calon pelanggan.

Dari diskusi yang dilakukan kami memberikan solusi dengan langsung berdiskusi dengan mitra terkait dengan kendala yang mereka hadapi. Mitra sebagai peserta sangat antusias dan masalah yang mereka hadapi bisa kami selesaikan dengan langsung mempraktekan membuat desain produk dan packaging untuk setiap peserta. Rencana dari kegiatan ini mitra bersikusi dengan kami untuk melakukan MOU.

c. Praktek

Metode Praktek adalah metode yang di praktekkan secara langsung, disini langsung membuat desain produk dari UKM. Dari praktek yang dilaksanakan dihasilkan dan dapat dilihat pada gambar 4. Packaging Produk.

Gambar 4 Packaging Produk





Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelatihan dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman untuk UKM terkait dengan tren desain grafis digital marketing dan menghasilkan desain produk dari UKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah terlaksana dengan sukses dan lancar. Berdasarkan tanggapan peserta dari Ukm Mitra Binaan Pertamina, pendampingan ini dinilai sangat menarik dan memberikan wawasan terbaru mengenai *Packaging* serta peningkatan nilai jual produk. Mitra UKM mengharapkan kegiatan serupa di masa mendatang dapat melibatkan lebih banyak UKM binaan Pertamina dan mengadakan pendampingan dengan topik lainnya seperti pemasaran digital.

Pengakuan/Acknowledgements

Terima Kasih untuk Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech dan Umkm Mitra Binaan PT. Kilang Pertamina Internasional Unit III Plaju yang sudah memberikan dukungan dan fasilitas yang terbaik sehingga bisa terlaksananya kegiatan Pengabdian Masyarakat ini.

Daftar Referensi

- Febrianty, F., Fatmariansi, F., & Rotama, H. (2018). Pelatihan dan Pendampingan Kecakapan Hidup Berbasis Desain Grafis Bagi Anak Didik Lembaga Pembinaan Khusus Anak. *Comvice: Journal of Community Service*, 2(2), 11–20. <https://doi.org/10.26533/comvice.v2i2.166>
- Purnomo, N. (2021). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 376–381. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i3.11307>
- Putri, E. A., Hariyanto, E., Sunaryo, T., & Hisyam, C. J. (2020). Pelatihan Peningkatan Kompetensi Mengajar Bagi Petugas Lembaga Pembinaan Khusus Anak (LPKA) Tangerang, Banten. *To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 36. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v3i1.304>
- Setiawan, B. (2018). Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(2), 106–110. <https://doi.org/10.36982/jam.v2i2.531>
- Setiawan, B. (2019). Edukasi Blockchain Sebagai Solusi Bisnis Masa Depan Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 3(2), 131–136. <https://doi.org/10.36982/jam.v3i2.828>
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian*



Masyarakat Berkemajuan, 4(1), 430. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>

Terttiaavini, T., Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2019). Pengembangan Kewirausahaan “Kemplang Tunu” Sebagai Produk Cemilan Khas Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 3(1), 63–72. <https://doi.org/10.36982/jam.v3i1.780>