

KEGIATAN SOSIALISASI PENGENALAN MARKETING SECARA DIGITAL BERSAMA TOKO KERUPUK DAN KEMPLANG 770

Andrian Wijaya ¹⁾, Ery Hartati, M. Kom ²⁾, Feriyanto ³⁾, Laurentius Ricardo Wijaya ⁴⁾, Vincent ⁵⁾

¹ Fakultas Ilmu Komputer dan Rekayasa, Universitas Multi Data Palembang

email: ¹ wandrian404@mhs.mdp.ac.id, ² ery_hartati@mdp.ac.id ³ feriyanto2002@mhs.mdp.ac.id, ⁴ laurentius@mhs.mdp.ac.id, ⁵ vinsent@mhs.mdp.ac.id

Abstract

This community service activity aimed to introduce digital marketing to the employees of Toko Kerupuk dan Kemplang 770. The approach included educational materials on digital marketing and training on creating poster designs for marketing purposes using Canva. Conducted on April 21, 2024, the activity successfully helped employees understand and apply digital marketing concepts. The main benefit was the enhancement of employees' knowledge and skills in digital marketing. After the activity, the partner experienced a 15% increase in sales and a broader marketing reach through digital platforms. Despite suboptimal attendance, the activity had a significant positive impact on the store. This initiative is expected to assist the store in attracting more customers through improved marketing strategies.

Keywords: Digital Marketing, Training, Graphic Design, Small Business, Marketing.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan pemasaran digital kepada karyawan Toko Kerupuk dan Kemplang 770. Pendekatan yang digunakan meliputi pemberian materi edukasi tentang pemasaran digital dan pelatihan pembuatan desain poster untuk tujuan pemasaran menggunakan Canva. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 21 April 2024 dan berhasil membantu karyawan memahami serta menerapkan konsep pemasaran digital. Keuntungan utama adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam pemasaran digital. Setelah kegiatan ini, mitra merasakan peningkatan penjualan sebesar 15% dan jangkauan pemasaran yang lebih luas melalui platform digital. Meskipun kehadiran tidak optimal, kegiatan ini tetap memberikan dampak positif yang signifikan bagi toko. Inisiatif ini diharapkan dapat membantu toko dalam menarik lebih banyak pelanggan melalui strategi pemasaran yang lebih baik.

Kata kunci : Pemasaran digital, Pelatihan, Desain Grafis , Usaha Kecil, Pemasaran.

1. PENDAHULUAN

Pemasaran digital atau Digital Marketing adalah kegiatan promosi dan pemetaan pasar digital dengan menggunakan jejaring sosial. Konsep pemasaran digital dapat menghubungkan orang-orang yang terpisah secara geografis melalui perangkat teknis. [1]. Desainer grafis (dalam bahasa Inggris: seniman grafis) adalah profesi yang berhubungan dengan ilustrasi, tipografi,

fotografi, grafik gerak atau gambar bergerak atau animasi.

Seorang desainer grafis bekerja (misalnya untuk penerbit, media cetak, elektronik, dll) termasuk mengembangkan brosur dan iklan produk. [2]. Saat ini, kita berada di era *Era 4.0 dan society 5.0* akibat pesatnya perkembangan teknologi digital. Ada banyak tujuan pembangunan yang semakin tersedia dan dapat diakses oleh semua kalangan. [3].

Digital marketing sendiri telah menjadi salah satu strategi pemasaran paling efektif di era digital. saat ini. Namun, banyak usaha kecil masih belum memahami dan memanfaatkan teknologi ini untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar mereka. Toko Kerupuk dan Kemplang 770 adalah salah satu usaha kecil yang menghadapi tantangan dalam hal ini. Kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital mengakibatkan potensi pasar yang belum dimaksimalkan.

Menyampaikan informasi atau berita dengan cara menarik, inovatif, dan memberikan pengetahuan adalah salah satu kunci untuk membuat informasi lebih mudah dipahami oleh pembaca, seperti melalui penggunaan infografis. Infografis adalah konsep umum penyajian informasi yang menerapkan kreativitas, keindahan, keakuratan konten dengan ilustrasi, efisiensi waktu yang digunakan untuk mempublikasikan informasi. [4].

Penyajian informasi dalam media digital, termasuk media cetak tradisional, masih memerlukan kreativitas. Pentingnya menyajikan berita yang menarik dan kreatif adalah memberikan kemudahan bagi pembacanya.[5]. Perancangan dengan desain infografis ini tidak dapat lepas dari ilmu Desain Komunikasi Visual [6]. Media massa mengkomunikasikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengontrol elemen grafis berupa bentuk dan gambar, urutan font, kombinasi warna dan penempatannya.

Aplikasi desain yang akan digunakan untuk kegiatan sosialisasi pengenalan marketing secara digital adalah Canva. Canva adalah alat aplikasi desain grafis yang memungkinkan pemula membuat, mendesain, dan mengedit desain secara online [7]. Aplikasi Canva ini menarik karena membahas apa saja dampak kemajuan modern dalam penggunaan teknologi untuk memudahkan pekerjaan masyarakat. [8].

Selain itu, sebagai aplikasi web, Canva juga memerlukan dukungan online. [9] yang dimana merupakan kekurangan mendasar yang di dapati pada aplikasi ini, selain itu, ada juga beberapa template berbayar, karena template yang disediakan di aplikasi canva

juga ada, namun hal ini tidak menjadi masalah karena banyak template bagus yang bisa digunakan secara gratis. [10].

Urgensi kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengatasi keterbatasan tersebut dengan memberikan pelatihan tentang pemasaran digital kepada pemilik toko. Dengan pelatihan ini, diharapkan pemilik dapat mengaplikasikan strategi pemasaran digital yang efektif, sehingga dapat meningkatkan daya saing toko di pasar yang lebih luas.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan wawasan dan keterampilan praktis tentang pemasaran digital kepada karyawan Toko Kerupuk dan Kemplang 770. Metode yang digunakan meliputi pemberian materi edukasi tentang pengenalan digital marketing dan pelatihan pembuatan desain poster untuk tujuan pemasaran. Kegiatan ini direncanakan dengan memberikan penjelasan teoretis diikuti dengan praktik langsung, sehingga peserta dapat memahami dan menerapkan materi yang disampaikan.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Dalam hal ini penulis melihat kendala pemasaran pada toko Kerupuk dan Kemplang 770. Pada titik ini penulis mengetahui bahwa toko Kerupuk dan Kemplang 770 masih memerlukan bantuan dalam sistem pemasaran dengan menggunakan media tradisional untuk menciptakan interaksi. kurang optimal. [11].

Dalam hal ini yang menjadi permasalahan adalah pengelola toko tidak terlalu mengontrol perkembangannya sehingga tidak banyak mengetahui tentang digital marketing dan tidak memahami cara kerja digital marketing itu sendiri di perusahaan. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa toko Kerupuk dan Kemplang 770 sangat perlu memahami apa itu digital marketing dari sudut pandang pemasaran, sehingga dapat menarik perhatian calon pembeli, misalnya dengan menambahkan berita atau pernyataan yang bersifat provokatif. [12]. Melalui media ini, segala informasi mudah dipahami kepada seluruh lapisan masyarakat [13].

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam bentuk pelatihan tatap muka di tempat rumah pemilik toko kerupuk dan kemplang 770. Metode yang digunakan adalah pendekatan persuasif, dikarenakan dinilai efektif dalam memberikan pemahaman kepada peserta untuk mempraktikkan keterampilan yang diajarkan juga, dimana dalam kegiatan ini peserta juga dapat melakukan pelatihan membuat poster desain untuk produk dari toko kerupuk dan kemplang dengan menggunakan Aplikasi Canva

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam beberapa tahap:

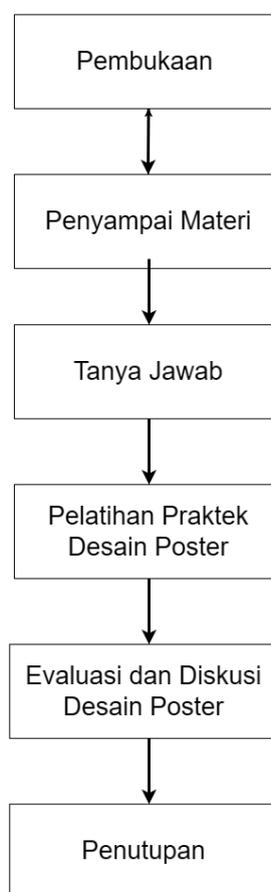
- 1) Tahap Persiapan
 - a. Penelusuran tempat atau lokasi dengan cara survey langsung ke tempat dalam kegiatan pengabdian ini.
 - b. Pembentukan proposal serta perijinan tempat kegiatan ini.
 - c. Pembuatan materi atau bahan yang akan disampaikan ke pemilik took.
- 2) Tahap Pelaksanaan
 - a. Diawali dengan kata pembukaan dan pengenalan
 - b. Dilanjut dengan penyampaian materi mengenai apa itu digital marketing.
 - c. Dilakukannya sesi tanya jawab mengenai materi yang telah disampaikan untuk memastikan pemahaman peserta.
 - d. Pelatihan membuat desain poster dengan menggunakan canva. Peserta diberi kesempatan untuk langsung mempraktekan pembuatan desain poster dengan bimbingan dari moderator.
 - e. Setelah pelatihan, diadakannya sesi evaluasi dan diskusi untuk membahas hasil desain dan memberikan masukan serta saran.

- 3) Tahap Evaluasi
 - a. Pengisian kuisisioner oleh peserta.
 - b. Lalu penyusunan laporan dari kegiatan.

Dalam pelatihan ini alat utama yang digunakan adalah aplikasi canva, digunakan juga alat bantu seperti computer dari peserta yang mengikuti kegiatan dikarenakan lokasi kegiatan ada di rumah peserta jadi tidak dapat menggunakan proyektor sebagai sarana penyampaian materi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini yang diadakan pada tanggal Minggu, 21 April 2024, pukul 15:30 - 18:00 telah berhasil dilaksanakan. Kegiatan ini memang hanya dihadiri oleh 1 peserta saja yaitu pemilik dari toko kerupuk dan kemplang 770.



Gambar 1. Rangkaian Acara Kegiatan

Berikut adalah rincian hasil dan pembahasan dari setiap tahap pelaksanaan pada gambar 1.

1) Pembukaan

Kegiatan dibuka dengan sambutan dari perwakilan anggota kelompok dan dilanjut dengan perkenalan anggota kelompok kegiatan pengabdian.

2) Penyampaian Materi

Perwakilan dari anggota tim akan menjelaskan materi yang telah disiapkan dengan konsep dasar dari apa itu digital marketing.



Gambar 2. Penyampaian Materi

Gambar 2 memperlihatkan salah satu perwakilan anggota kelompok pengabdian yang sedang menjelaskan isi materi di bagian pemasaran menggunakan visual desain grafis.

3) Tanya Jawab

Dilakukan sesi tanya jawab mengenai materi yang telah disampaikan oleh perwakilan anggota tim pengabdian ke peserta untuk memastikan pemahaman dari peserta.

4) Pelatihan Praktek Desain Poster

Pelatihan praktik membuat desain poster dengan menggunakan aplikasi website yang bernama canva. Peserta diberikan kesempatan untuk membuat desain sendiri dengan bimbingan dari perwakilan anggota tim pengabdian.



Gambar 3. Pelatihan Praktek Desain Poster

Gambar 3 menunjukkan sesi pelatihan pembuatan desain poster oleh peserta menggunakan canva. Peserta terlihat aktif mengikuti instruksi dan bimbingan praktek langsung dari perwakilan anggota tim pengabdian.

5) Evaluasi dan Diskusi Desai Poster

Setelah dilakukannya pelatihan, diadakan sesi evaluasi dan diskusi untuk membahas hasil desain dan memberikan masukan serta saran kepada peserta.



Gambar 4. Hasil Desain yang dibuat oleh Peserta

Pada gambar 4 dapat dilihat hasil desain oleh peserta dari pengabdian. Dikarenakan peserta dari pengabdian ini adalah pemilik dari toko kerupuk kemplang seorang diri maka hasil desain yang dibuat juga hanya 1. Dengan hasil desain yang berisi tentang gambar produk dan pemasaran potongan harga.

6) Penutupan

Diadakan sesi penutupan dengan ucapan terima kasih kepada peserta dan pihak yang terlibat dan kegiatan ditutup dengan sesi foto Bersama untuk dokumentasi kegiatan.



Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan

Pada gambar 5 dilihat foto Bersama dengan pemilik dari toko Kerupuk dan Kemplang 770.

5. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan bisnis Toko Kerupuk dan Kemplang 770. Pemilik toko tidak hanya memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam pemasaran digital tetapi juga merasakan peningkatan penjualan sebesar 15% dan jangkauan pemasaran yang lebih luas. Kegiatan ini juga memotivasi pemilik untuk terus belajar dan mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih inovatif. Inisiatif ini diharapkan dapat menjadi model bagi usaha kecil lainnya yang menghadapi tantangan serupa dalam memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya untuk seluruh pihak yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan. Terima kasih kepada Ibu Ery Hartanti selaku guru dan juga kepada pemilik toko kerupuk dan kemplang 770 yang bersedia melakukan pengabdian ini. Tanpa kontribusi dan kerjasama mereka, kegiatan pengabdian ini tidak akan terlaksana. Penulis ingin sekali menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya.

7. REFERENSI

- [1] S. Sasa, D. Sapto Adi, M. A. Triono, and F. Supanto, "Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing," *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, vol. 6, no. 3, pp. 358–371, 2021, doi: 10.26905/abdimas.v6i3.5366.
- [2] Tiawan, Musawarman, L. Sakinah, N. Rahmawati, and H. Salman, "Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Tingkat Smk Di Smkn 1 Gunung Putri Bogor," *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 4, pp. 476–480, Oct. 2020, doi: 10.31949/jb.v1i4.417.
- [3] A. P. Syahrir¹, S. P. Zahrah², and U. Salamah³, "Pemanfaatan Aplikasi Desain Grafis Canva dalam Pembelajaran Multimedia di SMA Negeri 1 Taman," *Prosiding Seminar Nasional*, pp. 732–742, 2023.
- [4] M. N. Miftah, E. Rizal, and R. K. Anwar, "Pola Literasi Visual Infografer Dalam Pembuatan Informasi Grafis (Infografis)," *JURNAL KAJIAN INFORMASI & PERPUSTAKAAN*, vol. 4, no. 1, pp. 87–94, 2016.
- [5] K. Nur Isnaini, D. F. Sulistiyani, Z. Ramadhany, and K. Putri, "Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, vol. 5, no. 1, 2021.
- [6] F. Indah *et al.*, "Infographic Design as Information Media Of Wonolopo

- Tourist Village Perancangan Infografis Sebagai Media Informasi Desa Wisata Wonolopo Semarang,” *Jurnal Seni Rupa*, vol. 1, no. 7, 2018, [Online]. Available:
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/arti>
- [7] A. Kala'lembang, L. Widyanti, W. A. Rahayu, S. Y. Riska, and Y. A. Sapoetra, “Edukasi Pembuatan Desain Grafis Menarik Menggunakan Aplikasi Canva,” *JPM: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 2, pp. 91–102, 2021.
- [8] F. N. Miftahul Janah, H. Nuroso, and E. Isnuryantono, “Penggunaan Aplikasi Canva dalam Media Pembelajaran Matematika di Sekolah Dasar.”
- [9] S. Resmini, I. Satriani, and D. M. Rafi, “Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva Sebagai Media Pembuatan Bahan Ajar Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris,” vol. 4, no. 2, pp. 335–343, 2021, doi: 10.22460/as.v4i2p%25p.6859.
- [10] G. Pelangi, U. Syarif, and H. Jakarta, “Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia Jenjang Sma/Ma,” 2020.
- [11] N. Suhandi, D. Sartika, and I. Saluza, “Pemanfaatan Edutainment Sebagai Media Pembelajaran Alternatif Pada Rumah Belajar Ceria Desa Pedado,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 3, pp. 1–5, 2021, doi: 10.36257/apts.vxix.
- [12] M. Nadjmuddin *et al.*, “Pendampingan Pembuatan Kemasan dan Iklan Kuliner Khas Daerah Produk Pedagang Kecil di Kecamatan Ilir Barat I Palembang,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 1, pp. 153–161, 2022.
- [13] S. Anas, D. Maulida, A. Hamid, N. Rumui, J. Manajemen Informatika, and P. N. Fakfak, “Pembuatan Video Profil Sekolah Pada Smk Yapis Fakfak Dalam Rangka Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 6, no. 4, pp. 68–73, 2023, doi: 10.36257/apts.vxix.