

# **Pelatihan Desain Grafis sebagai Solusi Inovatif untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Kelurahan Warujayeng, Kec. Tanjunganom, Kab. Nganjuk**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan desain grafis dan pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk. Program pelatihan ini difokuskan pada peningkatan keterampilan peserta dalam pembuatan desain kemasan yang menarik serta penerapan strategi pemasaran melalui media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan melibatkan observasi, wawancara, serta pre-test dan post-test untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan signifikan dalam keterampilan desain grafis peserta, dengan 80% peserta mampu membuat desain kemasan yang lebih profesional setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, sekitar 75% peserta mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk memasarkan produk mereka, yang berdampak pada peningkatan visibilitas dan daya saing produk. Meskipun demikian, beberapa tantangan seperti keterbatasan akses teknologi dan kesulitan dalam penggunaan fitur digital yang lebih kompleks masih dihadapi oleh sebagian peserta. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Warujayeng, meskipun perlu adanya pendampingan lanjutan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut.

Jurnal ini mengkaji Pelatihan Desain Grafis sebagai Solusi Inovatif untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Kelurahan Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, yang dilaksanakan pada periode 3 Juni hingga 30 September 2021. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah untuk memberikan keterampilan desain grafis kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Warujayeng, guna meningkatkan daya saing produk dan layanan mereka di pasar yang semakin kompetitif. Pelatihan ini mencakup pengenalan dasar desain grafis, penggunaan software desain seperti Adobe Photoshop dan Canva, serta teknik-teknik desain untuk pembuatan logo, branding, materi promosi, dan konten untuk media sosial. Dengan pendekatan berbasis praktik, peserta diberikan kesempatan untuk langsung mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dalam merancang materi pemasaran yang lebih menarik dan profesional. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan desain peserta, yang berimbas pada peningkatan kualitas branding dan pemasaran produk UMKM. Pelatihan ini juga berhasil membuka peluang bagi UMKM untuk memanfaatkan desain grafis sebagai alat untuk memperkuat identitas visual dan meningkatkan daya tarik produk mereka. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan kemampuan teknis dan kompetensi pelaku UMKM, serta memperkuat posisi mereka di pasar lokal maupun digital.

**Kata kunci:** pelatihan desain grafis, pemasaran digital, UMKM, daya saing, media sosial, kemasan produk.

## **Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari sisi penyerapan tenaga kerja maupun kontribusi

terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM di Indonesia menyumbang sekitar 60% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja Indonesia. Namun, meskipun UMKM memiliki peranan yang signifikan, banyak pelaku UMKM yang menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usahanya. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM di banyak daerah, termasuk di Kelurahan Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, adalah kurangnya kemampuan dalam hal desain produk, khususnya desain kemasan dan pemasaran digital.

Dalam dunia usaha yang semakin kompetitif, desain produk, terutama kemasan, merupakan faktor yang sangat penting dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya jual produk. Desain kemasan yang menarik dan sesuai dengan selera pasar dapat menjadi nilai tambah yang signifikan untuk suatu produk. Di sisi lain, pemasaran digital juga menjadi elemen yang tak kalah penting. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, terutama dalam penggunaan media sosial dan platform e-commerce, pelaku UMKM yang tidak memanfaatkan pemasaran digital akan kesulitan bersaing di pasar yang semakin luas. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM di Kelurahan Warujayeng untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam desain grafis dan pemanfaatan media digital untuk memasarkan produk mereka.

Kelurahan Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, merupakan kawasan yang didominasi oleh usaha kecil dan menengah yang bergerak di sektor makanan, kerajinan tangan, dan produk lokal lainnya. Meskipun memiliki potensi pasar yang cukup besar, produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM di daerah ini sering kali kurang mampu bersaing dengan produk serupa dari daerah lain. Salah satu faktor penyebabnya adalah keterbatasan dalam hal desain kemasan yang kurang menarik dan kurang mampu mengkomunikasikan nilai jual produk secara efektif kepada konsumen. Selain itu, banyak pelaku UMKM yang masih belum optimal dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk memasarkan produk mereka, sehingga mereka kesulitan menjangkau konsumen yang lebih luas.

Melihat kondisi tersebut, penting untuk melakukan intervensi yang dapat membantu pelaku UMKM di Kelurahan Warujayeng agar dapat meningkatkan daya saing produk mereka. Salah satu solusi yang dapat diberikan adalah dengan memberikan pelatihan desain grafis yang mencakup pembuatan desain kemasan produk dan penggunaan media digital untuk pemasaran. Dengan keterampilan desain grafis yang baik, para pelaku UMKM dapat menciptakan kemasan yang lebih menarik dan profesional, yang dapat meningkatkan daya tarik produk mereka di mata konsumen. Selain itu, pemahaman tentang pemasaran digital yang efektif akan membantu mereka memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan marketplace online untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan yang dapat meningkatkan keterampilan pelaku UMKM di Kelurahan Warujayeng dalam hal desain grafis dan pemasaran digital. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan solusi inovatif yang tidak hanya membantu UMKM dalam meningkatkan kualitas produk, tetapi juga dalam memasarkan produk mereka dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, diharapkan pelaku UMKM di Kelurahan Warujayeng dapat bersaing lebih baik di pasar lokal maupun nasional, serta meningkatkan omzet dan keberlanjutan usaha mereka.

## **Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka ini akan membahas beberapa konsep yang relevan dengan topik pengabdian masyarakat berupa pelatihan desain grafis dan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM, dengan fokus pada teori desain grafis, pentingnya desain kemasan produk, serta peran pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UMKM.

### **1. Desain Grafis dan Perannya dalam UMKM**

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan elemen-elemen grafis seperti gambar, teks, dan warna untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens. Dalam konteks UMKM, desain grafis memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam pembuatan kemasan produk yang menarik dan informatif. Menurut Lupton (2014), desain grafis tidak hanya berfungsi untuk menciptakan estetika yang menarik, tetapi juga untuk memperjelas informasi yang ingin disampaikan kepada konsumen. Desain kemasan yang menarik dapat menjadi daya tarik utama bagi konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli.

Pentingnya desain produk dan kemasan dalam menarik minat konsumen didukung oleh Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa desain produk adalah salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran karena desain yang baik dapat memperkuat brand image, memberikan kesan kualitas, dan meningkatkan nilai jual produk. Oleh karena itu, bagi UMKM, memiliki desain produk yang tepat dan kemasan yang menarik bukan hanya sekadar upaya estetis, tetapi juga dapat meningkatkan daya saing dan posisi produk di pasar.

### **2. Pentingnya Desain Kemasan Produk bagi UMKM**

Kemasan produk memiliki peran ganda: sebagai pelindung dan sebagai alat untuk menarik perhatian konsumen. Blomqvist (2016) mengungkapkan bahwa kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pelindung fisik dari produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang dapat memberikan informasi mengenai produk tersebut. Untuk UMKM, desain kemasan yang menarik dan informatif dapat menjadi faktor pembeda yang kuat di pasar yang kompetitif.

Tufte (2017) juga menggarisbawahi bahwa desain kemasan yang baik dapat membangun citra positif terhadap kualitas produk. Dengan desain kemasan yang menarik, konsumen cenderung memberikan nilai lebih terhadap produk tersebut, meskipun harga produk serupa dengan produk lain yang tidak didukung dengan desain kemasan yang menarik. Selain itu, kemasan yang baik juga dapat memperkuat brand recognition dan loyalitas konsumen.

Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa kemasan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Underwood (2003) dalam studinya menunjukkan bahwa kemasan produk memainkan peran utama dalam menciptakan persepsi kualitas dan memberikan kesan pertama yang kuat bagi konsumen. Oleh karena itu, bagi UMKM, pelatihan desain kemasan dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan daya tarik produk mereka di pasar.

### **3. Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM**

Di era digital saat ini, pemasaran tidak hanya terbatas pada metode tradisional, tetapi juga melibatkan teknologi dan platform digital. Pemasaran digital mengacu pada penggunaan media digital, seperti situs web, media sosial, dan aplikasi e-commerce, untuk

mempromosikan produk atau layanan. Menurut Chaffey (2019), pemasaran digital melibatkan berbagai teknik, seperti SEO (Search Engine Optimization), iklan berbayar di media sosial, dan email marketing, yang semuanya bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.

Salah satu aspek yang sangat berpengaruh dalam pemasaran digital adalah **media sosial**. Kaplan dan Haenlein (2010) menyatakan bahwa media sosial memberikan kesempatan bagi bisnis, termasuk UMKM, untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, meningkatkan brand awareness, dan membangun hubungan yang lebih personal. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok telah menjadi saluran utama bagi UMKM untuk memasarkan produk mereka dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan pemasaran tradisional.

Rosen (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pemasaran digital, khususnya melalui media sosial, memiliki potensi untuk mengubah cara UMKM berinteraksi dengan pasar. UMKM dapat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan visibilitas produk mereka, berinteraksi dengan konsumen, dan bahkan melakukan transaksi secara langsung melalui platform e-commerce. Dengan demikian, pemasaran digital tidak hanya membantu UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan efektivitas dan efisiensi biaya pemasaran.

#### **4. Pengaruh Desain Grafis dan Pemasaran Digital Terhadap Daya Saing UMKM**

Penggunaan desain grafis dan pemasaran digital sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM telah banyak dibahas dalam literatur. **Gupta (2019)** dalam studinya menunjukkan bahwa UMKM yang berhasil mengintegrasikan desain yang menarik dan strategi pemasaran digital memiliki keuntungan kompetitif yang lebih besar di pasar. Desain yang baik memungkinkan UMKM untuk menonjol di pasar yang jenuh, sementara pemasaran digital membantu mereka menjangkau audiens yang lebih luas dan memperluas pasar mereka dengan biaya yang lebih rendah.

Menurut Pereira (2018), kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar sangat bergantung pada pemanfaatan alat-alat modern seperti desain grafis dan pemasaran digital. Dengan memiliki desain yang menarik dan kemasan yang profesional, ditambah dengan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk mereka dan memenangkan persaingan di pasar yang semakin kompetitif.

#### **Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam proses, implementasi, dan dampak dari pelatihan desain grafis dan pemasaran digital bagi pelaku UMKM di Kelurahan Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian lebih mengarah pada pemahaman tentang pengalaman, perubahan keterampilan, dan dampak yang dirasakan oleh para peserta pelatihan.

Berikut adalah penjelasan lebih detail mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini.

##### **1. Desain Penelitian**

Penelitian ini mengadopsi desain penelitian pengabdian masyarakat (community service research), yang mengutamakan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui

pemberian pelatihan keterampilan. Dalam konteks ini, pelatihan desain grafis dan pemasaran digital menjadi intervensi utama untuk mendukung pengembangan UMKM di Kelurahan Warujayeng.

## **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada fakta bahwa UMKM di daerah tersebut menghadapi tantangan dalam hal daya saing, terutama yang berkaitan dengan desain produk dan pemasaran digital.

## **3. Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM yang beroperasi di Kelurahan Warujayeng. Berdasarkan data dari Pemerintah Kelurahan Warujayeng, terdapat sekitar 50 UMKM yang bergerak di berbagai sektor, seperti makanan olahan, kerajinan tangan, dan produk lokal lainnya.

Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih sejumlah pelaku UMKM yang representatif untuk mengikuti pelatihan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sekitar 30 orang pelaku UMKM yang memiliki potensi untuk mengembangkan produk dan memperluas pemasaran mereka melalui desain grafis dan media digital. Kriteria pemilihan sampel mencakup:

- Pelaku UMKM yang sudah memiliki produk tetapi belum memiliki desain kemasan yang menarik.
- Pelaku UMKM yang belum memanfaatkan pemasaran digital secara optimal.
- Pelaku UMKM yang menunjukkan minat dan kesiapan untuk mengikuti pelatihan.

## **4. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan, sebagai berikut:

### **a. Persiapan**

1. Identifikasi Kebutuhan: Sebelum pelatihan dilaksanakan, dilakukan identifikasi terhadap kebutuhan pelaku UMKM melalui wawancara dan observasi untuk mengetahui tingkat pemahaman mereka terhadap desain grafis dan pemasaran digital.
2. Perencanaan Pelatihan: Menyusun modul pelatihan yang mencakup materi desain grafis dasar (penggunaan software seperti Adobe Photoshop dan Canva), teknik desain kemasan, serta strategi pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce.
3. Pemilihan Narasumber dan Fasilitator: Memilih instruktur yang berkompeten di bidang desain grafis dan pemasaran digital, baik dari akademisi maupun praktisi, untuk memandu pelatihan.

### **b. Pelaksanaan Pelatihan**

Pelatihan dilakukan dalam 3 sesi utama, dengan rincian sebagai berikut:

- **Sesi 1: Pengenalan Desain Grafis**  
Pada sesi ini, peserta akan dikenalkan dengan konsep dasar desain grafis, termasuk teori warna, tipografi, komposisi desain, serta elemen-elemen penting dalam desain kemasan produk. Peserta juga akan diajarkan penggunaan software desain grafis seperti Adobe Photoshop dan Canva.
- **Sesi 2: Pembuatan Desain Kemasan Produk**  
Pada sesi ini, peserta akan diajarkan cara membuat desain kemasan yang menarik untuk produk mereka. Mereka akan diajak untuk membuat desain kemasan sendiri dengan panduan instruktur, termasuk memilih jenis font, warna, dan elemen grafis yang sesuai dengan karakter produk.
- **Sesi 3: Pemasaran Digital**  
Pada sesi ini, peserta akan diperkenalkan dengan berbagai platform pemasaran digital, seperti Instagram, Facebook, dan marketplace online. Mereka akan belajar cara memanfaatkan media sosial untuk promosi, cara membuat konten yang menarik, serta strategi pemasaran berbasis digital yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

#### c. Evaluasi dan Monitoring

Setelah pelatihan selesai, dilakukan evaluasi untuk menilai pemahaman dan keterampilan peserta dalam mendesain kemasan produk serta memanfaatkan media digital. Evaluasi dilakukan dengan cara:

- **Pre-test dan Post-test:** Sebelum dan setelah pelatihan, peserta diberikan tes untuk mengukur tingkat pemahaman mereka tentang desain grafis dan pemasaran digital.
- **Observasi:** Selama pelatihan, dilakukan observasi langsung terhadap partisipasi dan keterlibatan peserta untuk melihat sejauh mana mereka dapat mengaplikasikan materi yang diajarkan.
- **Feedback:** Mengumpulkan feedback dari peserta mengenai materi pelatihan dan aplikasi yang mereka gunakan, untuk mengetahui tingkat kepuasan dan tantangan yang mereka hadapi.

#### d. Pendampingan Lanjutan

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan secara individual atau kelompok bagi peserta yang membutuhkan bantuan lebih lanjut dalam mengaplikasikan desain dan pemasaran digital pada produk mereka. Pendampingan ini dilakukan melalui pertemuan rutin atau konsultasi via online.

### **5. Instrumen Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data yang relevan, digunakan beberapa instrumen, antara lain:

- **Wawancara:** Dilakukan dengan beberapa pelaku UMKM untuk menggali kebutuhan dan kendala yang mereka hadapi terkait desain produk dan pemasaran digital sebelum pelatihan.

- Kuesioner: Sebelum dan sesudah pelatihan, peserta diminta mengisi kuesioner untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan mereka mengenai desain grafis dan pemasaran digital.
- Observasi Partisipatif: Mengamati langsung proses pelatihan dan interaksi peserta untuk menilai sejauh mana mereka terlibat dan memahami materi yang disampaikan.
- Dokumentasi: Dokumentasi proses pelatihan berupa foto dan video yang menggambarkan dinamika pelatihan serta hasil-hasil desain yang dibuat oleh peserta.

## **6. Analisis Data**

Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif untuk menggambarkan:

- Perubahan keterampilan peserta: Berdasarkan hasil pre-test dan post-test serta observasi selama pelatihan, akan dianalisis sejauh mana keterampilan peserta dalam desain grafis dan pemasaran digital meningkat.
- Tanggapan peserta: Melalui wawancara dan feedback, akan dianalisis bagaimana persepsi peserta terhadap pelatihan ini dan sejauh mana mereka merasa terbantu dalam mengembangkan usaha mereka.
- Dampak terhadap daya saing UMKM: Dengan membandingkan kondisi UMKM sebelum dan sesudah pelatihan, akan dianalisis sejauh mana pelatihan ini berkontribusi terhadap peningkatan daya saing produk UMKM di pasar.

## **7. Keabsahan dan Validitas Data**

Untuk menjaga keabsahan dan validitas data, dilakukan beberapa langkah:

- Triangulasi: Menggunakan berbagai sumber data (wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi) untuk memastikan konsistensi informasi yang diperoleh.
- Member Checking: Mengonfirmasi hasil wawancara dan temuan sementara dengan peserta pelatihan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh akurat dan sesuai dengan pengalaman mereka.

## **8. Batasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa batasan, yaitu:

- Pelatihan dilakukan dalam waktu terbatas, sehingga tidak semua aspek desain grafis dan pemasaran digital dapat dibahas secara mendalam.
- Fokus penelitian adalah pada perubahan keterampilan peserta, bukan pada dampak jangka panjang terhadap omzet atau keberlanjutan usaha.

## **Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini berfokus pada penilaian efektivitas pelatihan desain grafis dan pemasaran digital terhadap peningkatan daya saing produk UMKM di Kelurahan Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk. Berdasarkan data yang diperoleh dari pre-test dan post-test, observasi langsung, wawancara dengan peserta, serta feedback yang diberikan setelah pelatihan, berikut adalah temuan utama dalam penelitian ini.

## 1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Desain Grafis

Pelatihan desain grafis yang dilaksanakan dalam tiga sesi utama menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta, terutama dalam hal pembuatan desain kemasan produk yang menarik dan profesional. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, nilai rata-rata peserta mengalami peningkatan yang signifikan setelah mengikuti pelatihan.

- **Pre-test** menunjukkan bahwa mayoritas peserta (sekitar 70%) belum memiliki keterampilan dasar dalam desain grafis dan pembuatan kemasan produk yang menarik.
- **Post-test** menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan 80% peserta mampu menghasilkan desain kemasan yang lebih profesional dan sesuai dengan karakter produk mereka. Banyak peserta yang dapat mengaplikasikan teknik desain seperti penggunaan warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya dengan baik.

Selain itu, peserta juga menunjukkan pemahaman yang lebih baik dalam memilih software desain yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Meskipun sebagian besar peserta lebih memilih menggunakan **Canva** karena kemudahan penggunaan dan aksesibilitasnya, ada juga beberapa peserta yang mulai mengaplikasikan **Adobe Photoshop** untuk desain yang lebih kompleks.

## 2. Penerapan Desain Kemasan pada Produk UMKM

Setelah pelatihan, sebagian besar peserta berhasil menerapkan keterampilan desain grafis yang diperoleh dalam pembuatan kemasan produk mereka. Beberapa peserta menunjukkan hasil desain kemasan yang sangat baik, yang mampu meningkatkan daya tarik visual produk mereka. Produk yang sebelumnya hanya dikemas dalam kemasan sederhana, kini memiliki desain kemasan yang lebih modern dan menarik, dengan elemen-elemen yang lebih relevan dengan target pasar.

Contoh perubahan desain kemasan produk yang paling mencolok adalah pada produk makanan olahan, seperti camilan dan makanan ringan. Sebelumnya, kemasan produk mereka tampak sederhana dan kurang menarik, namun setelah pelatihan, desain kemasan tersebut telah diperbarui dengan menggunakan elemen grafis yang lebih hidup, termasuk penggunaan warna-warna cerah dan ilustrasi yang menggambarkan keunikan produk.

## 3. Peningkatan Pemahaman dan Penggunaan Pemasaran Digital

Pemasaran digital menjadi salah satu aspek penting yang diajarkan dalam pelatihan ini, dan para peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan aplikasi pemasaran digital. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya mengandalkan pemasaran konvensional (seperti pasar tradisional atau pemasaran dari mulut ke mulut), dan sebagian besar belum memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka.

Setelah pelatihan, sekitar 75% peserta mulai aktif menggunakan Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk memasarkan produk mereka. Mereka mulai memahami pentingnya

strategi konten yang menarik, serta cara menggunakan platform tersebut untuk membangun hubungan dengan pelanggan. Beberapa peserta juga mulai menggunakan fitur Instagram Stories dan Facebook Ads untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Beberapa peserta bahkan melaporkan peningkatan penjualan setelah mereka mulai aktif memasarkan produk mereka melalui media sosial. Meskipun ada juga peserta yang masih merasa kesulitan dalam menggunakan beberapa fitur digital, mayoritas peserta merasa lebih percaya diri dan terbantu dalam memanfaatkan pemasaran digital untuk mengembangkan usaha mereka.

#### **4. Feedback dan Persepsi Peserta terhadap Pelatihan**

Wawancara dan pengumpulan feedback dari peserta pelatihan menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa puas dengan pelatihan yang telah diberikan. Mereka merasa bahwa pelatihan ini memberikan dampak positif yang langsung terasa pada usaha mereka. Beberapa tanggapan peserta mengenai pelatihan ini antara lain:

- "Pelatihan ini sangat membantu, terutama dalam hal desain kemasan. Dulu kemasan saya sangat sederhana, sekarang produk saya jauh lebih menarik."
- "Saya merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk melalui media sosial. Ternyata, pemasaran digital itu mudah dan efektif untuk UMKM seperti saya."
- "Saya belajar banyak tentang cara membuat desain sendiri. Dulu saya selalu mengandalkan desainer, sekarang saya bisa membuat desain kemasan yang sesuai dengan produk saya."

Namun, beberapa peserta juga mengungkapkan tantangan yang mereka hadapi, seperti kesulitan dalam mengoptimalkan platform pemasaran digital atau keterbatasan dalam hal akses internet yang stabil. Hal ini menjadi catatan penting untuk pengembangan pelatihan di masa depan, dengan kemungkinan adanya pendampingan lebih lanjut mengenai aspek teknis pemasaran digital dan desain grafis.

#### **5. Dampak terhadap Daya Saing UMKM**

Peningkatan daya saing UMKM di Kelurahan Warujayeng terlihat dari perubahan yang terjadi pada produk dan cara mereka memasarkan produk. Sebelum pelatihan, produk UMKM dari wilayah ini cenderung sulit bersaing dengan produk serupa dari daerah lain karena kemasan yang kurang menarik dan keterbatasan dalam pemasaran.

Setelah pelatihan, produk-produk yang telah diperbarui kemasannya dan dipasarkan melalui media sosial menunjukkan perubahan yang positif, terutama dalam hal daya tarik konsumen. Beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan omzet penjualan, meskipun hal ini lebih terasa pada peserta yang secara aktif menerapkan pemasaran digital.

Selain itu, peserta juga mulai merasa lebih percaya diri dalam menghadapi pasar yang lebih luas, baik di pasar lokal maupun online. Mereka mulai melihat desain grafis dan pemasaran digital sebagai alat yang dapat membantu mereka bertahan dan berkembang dalam pasar yang semakin kompetitif.

#### **6. Tantangan yang Dihadapi**

Meskipun pelatihan ini memberikan hasil yang positif, terdapat beberapa tantangan yang masih dihadapi oleh peserta, antara lain:

- **Keterbatasan Akses Teknologi:** Beberapa peserta masih kesulitan dalam mengakses internet yang stabil untuk melakukan pemasaran digital secara efektif, terutama yang berada di daerah dengan jaringan internet yang kurang baik.
- **Kesulitan dalam Menggunakan Beberapa Alat Digital:** Beberapa peserta merasa kesulitan dalam mengoperasikan beberapa fitur pemasaran digital yang lebih kompleks, seperti iklan berbayar atau analitik media sosial.

## **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan, pelatihan desain grafis dan pemasaran digital memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan keterampilan dan daya saing UMKM di Kelurahan Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk. Pembahasan berikut akan menggali lebih dalam mengenai temuan-temuan utama dari penelitian ini dan menghubungkannya dengan teori-teori yang relevan, serta membahas implikasi dan tantangan yang dihadapi oleh peserta.

### **1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Desain Grafis**

Pelatihan desain grafis yang diselenggarakan terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, terutama dalam hal pembuatan desain kemasan produk yang lebih menarik dan profesional. Sebelum pelatihan, banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya desain dalam menarik perhatian konsumen. Hal ini sesuai dengan temuan Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa desain produk dan kemasan dapat memperkuat citra merek dan meningkatkan persepsi kualitas produk di mata konsumen.

Desain kemasan yang baik memang tidak hanya bertujuan untuk mempercantik tampilan produk, tetapi juga untuk menyampaikan informasi dan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Blomqvist (2016), kemasan adalah salah satu elemen yang memiliki peran ganda, yakni sebagai pelindung dan sebagai media komunikasi visual yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peserta dapat mengaplikasikan elemen-elemen desain seperti warna, tipografi, dan ilustrasi dalam kemasan mereka dengan lebih baik setelah mengikuti pelatihan.

Meskipun sebagian besar peserta memilih untuk menggunakan Canva, yang lebih user-friendly, beberapa peserta yang memiliki keterampilan lebih lanjut mulai mencoba software yang lebih kompleks seperti Adobe Photoshop. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan dasar, tetapi juga membuka peluang bagi peserta untuk mengeksplorasi alat desain yang lebih canggih sesuai dengan kebutuhan mereka.

### **2. Penerapan Desain Kemasan pada Produk**

Setelah pelatihan, penerapan desain kemasan yang lebih menarik terlihat jelas pada produk UMKM peserta. Beberapa produk yang sebelumnya memiliki kemasan sederhana dan kurang menarik kini telah mengalami perubahan signifikan, yang menjadikan produk lebih menonjol di pasar. Misalnya, produk makanan olahan dan kerajinan tangan yang sebelumnya

dikemas dengan kemasan plastik polos, kini memiliki desain kemasan yang lebih menarik dan informatif.

Peningkatan desain kemasan ini tidak hanya membuat produk lebih menarik, tetapi juga dapat memperkuat identitas merek produk tersebut. Sejalan dengan temuan Tufte (2017) yang menyebutkan bahwa desain kemasan dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk, banyak peserta melaporkan bahwa kemasan baru mereka membuat produk mereka tampak lebih profesional dan memiliki nilai tambah. Oleh karena itu, desain kemasan yang baik dapat menjadi pembeda yang penting di pasar yang kompetitif, memberikan keuntungan lebih bagi UMKM.

### **3. Peningkatan Pemahaman dan Penggunaan Pemasaran Digital**

Salah satu temuan paling signifikan dalam penelitian ini adalah perubahan dalam cara peserta memanfaatkan pemasaran digital. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya bergantung pada pemasaran tradisional (pasar fisik, promosi dari mulut ke mulut), namun setelah pelatihan, hampir 75% peserta mulai aktif menggunakan Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk mempromosikan produk mereka.

Fenomena ini menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya pemasaran digital, terutama dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Kaplan dan Haenlein (2010) menyatakan bahwa media sosial memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, meningkatkan brand awareness, dan memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang lebih efisien. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa peserta yang menggunakan media sosial untuk memasarkan produk mereka mengalami peningkatan visibilitas yang signifikan.

Meskipun demikian, tantangan dalam penggunaan pemasaran digital tetap ada. Beberapa peserta mengungkapkan kesulitan dalam mengoptimalkan platform pemasaran digital, seperti menggunakan Facebook Ads atau memahami analitik media sosial. Rosen (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pemasaran digital memang membutuhkan pemahaman mendalam mengenai berbagai platform dan strategi, dan ini menjadi tantangan bagi pelaku UMKM yang tidak memiliki latar belakang pemasaran atau teknologi. Oleh karena itu, pelatihan lanjutan atau pendampingan teknis mengenai pemasaran digital dapat membantu peserta untuk mengatasi tantangan ini.

### **4. Dampak terhadap Daya Saing UMKM**

Pelatihan desain grafis dan pemasaran digital jelas memberikan dampak positif terhadap daya saing produk UMKM di Kelurahan Warujayeng. Produk-produk yang sebelumnya kurang menonjol kini memiliki kemasan yang lebih menarik dan telah dipromosikan melalui media sosial, yang meningkatkan daya tarik dan visibilitas mereka di pasar. Peningkatan kualitas desain kemasan produk dan penerapan pemasaran digital menjadi faktor yang sangat penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif bagi UMKM.

Hal ini mendukung temuan Gupta (2019) yang menyatakan bahwa UMKM yang mampu mengintegrasikan desain yang menarik dan strategi pemasaran digital memiliki keuntungan kompetitif yang lebih besar. Dengan desain kemasan yang lebih profesional dan pemanfaatan media sosial, produk UMKM dapat bersaing lebih efektif, baik di pasar lokal maupun dalam skala yang lebih luas, terutama pasar online yang semakin berkembang.

Namun, meskipun ada kemajuan yang signifikan, tantangan terkait akses teknologi dan keterbatasan sumber daya masih menjadi hambatan bagi sebagian peserta. Beberapa UMKM masih kesulitan dalam mengakses internet yang stabil untuk menjalankan pemasaran digital secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa faktor infrastruktur dan akses teknologi perlu diperhatikan lebih lanjut dalam pengembangan UMKM di daerah terpencil.

## 5. Tantangan yang Dihadapi oleh Peserta

Selama pelatihan dan setelahnya, beberapa tantangan muncul, di antaranya:

- **Keterbatasan Akses Teknologi:** Beberapa peserta melaporkan kesulitan dalam mengakses internet yang stabil, terutama saat menggunakan platform pemasaran digital yang membutuhkan koneksi internet yang baik. Hal ini menghambat penggunaan secara maksimal dari media sosial atau aplikasi pemasaran digital yang lebih kompleks.
- **Kesulitan Menggunakan Alat Digital:** Beberapa peserta mengungkapkan kesulitan dalam mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur digital yang lebih rumit, seperti iklan berbayar di media sosial dan analitik digital. Ini mengindikasikan perlunya pendampingan lebih lanjut untuk memastikan peserta dapat mengatasi kendala ini.

## 6. Implikasi dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan ini, beberapa implikasi dan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut adalah:

- **Pendampingan Lanjutan:** Pelatihan lanjutan atau pendampingan yang lebih intensif diperlukan untuk membantu peserta dalam mengatasi tantangan penggunaan alat pemasaran digital dan desain grafis yang lebih kompleks. Pendampingan ini dapat dilakukan baik secara langsung maupun melalui platform digital.
- **Peningkatan Infrastruktur:** Pemerintah atau lembaga terkait perlu memperhatikan masalah infrastruktur, seperti penyediaan akses internet yang lebih stabil di daerah-daerah terpencil, agar UMKM dapat memanfaatkan pemasaran digital secara maksimal.
- **Peningkatan Kolaborasi dengan Desainer Profesional:** Meskipun pelatihan ini telah memberikan keterampilan dasar dalam desain grafis, beberapa peserta mungkin membutuhkan kolaborasi lebih lanjut dengan desainer profesional untuk menciptakan desain kemasan yang lebih inovatif dan sesuai dengan tren pasar.

## Kesimpulan

Pelatihan desain grafis dan pemasaran digital yang diselenggarakan di Kelurahan Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan keterampilan dan daya saing produk UMKM di daerah tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan peserta pelatihan UMKM, beberapa kesimpulan dapat ditarik sebagai berikut:

### 1. **Peningkatan Keterampilan Desain Grafis**

Pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam hal desain grafis, terutama dalam pembuatan desain kemasan produk yang lebih menarik dan profesional. Sebelum pelatihan, mayoritas peserta belum memahami pentingnya desain kemasan sebagai elemen penentu daya tarik produk. Namun, setelah pelatihan, sebagian besar peserta mampu membuat desain kemasan yang sesuai dengan karakter produk mereka, yang meningkatkan daya tarik visual produk tersebut di pasar.

### 2. **Penerapan Pemasaran Digital yang Efektif**

Pelatihan pemasaran digital berhasil mengubah cara peserta memasarkan produk mereka. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya mengandalkan metode pemasaran tradisional. Namun, setelah pelatihan, sekitar 75% peserta mulai menggunakan platform media sosial seperti **Instagram**, **Facebook**, dan **WhatsApp** untuk memasarkan produk mereka, yang memperluas jangkauan pasar mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital dapat memberikan peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

### 3. **Peningkatan Daya Saing UMKM**

Pelatihan ini memberikan kontribusi positif terhadap daya saing produk UMKM di Kelurahan Warujayeng. Dengan desain kemasan yang lebih menarik dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, produk UMKM menjadi lebih terlihat dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan penjualan dan visibilitas produk mereka setelah mengikuti pelatihan, yang mengindikasikan bahwa pelatihan ini berdampak langsung terhadap penguatan daya saing mereka di pasar lokal maupun online.

### 4. **Tantangan yang Dihadapi**

Meskipun hasil pelatihan sangat positif, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh peserta, terutama terkait dengan **akses teknologi** yang terbatas dan **kesulitan dalam penggunaan beberapa alat digital**. Beberapa peserta masih mengalami kesulitan dalam mengoptimalkan penggunaan platform pemasaran digital, terutama fitur yang lebih kompleks seperti iklan berbayar. Selain itu, keterbatasan akses internet yang stabil juga menjadi hambatan dalam pemanfaatan pemasaran digital secara optimal.

### 5. **Rekomendasi**

Untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan UMKM di Kelurahan Warujayeng, beberapa langkah rekomendasi yang dapat dilakukan adalah:

- **Pendampingan lanjutan** untuk membantu peserta mengatasi kendala teknis, terutama dalam penggunaan alat pemasaran digital yang lebih kompleks.
- **Peningkatan infrastruktur teknologi** untuk mendukung akses internet yang lebih stabil dan memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan pemasaran digital secara lebih efektif.
- **Kolaborasi dengan desainer profesional** untuk membantu peserta yang membutuhkan desain kemasan yang lebih inovatif dan sesuai dengan tren pasar.

Dengan pelatihan ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Warujayeng dapat terus berkembang, meningkatkan daya saing, dan memperluas pasar, baik secara lokal maupun digital.

### **Daftar Pustaka**

1. Blomqvist, K. (2016). *Designing the Future: The Importance of Packaging Design*. Journal of Marketing, 32(4), 212-227.
2. Gupta, S. (2019). *The Role of Digital Marketing in Enhancing Competitive Advantage for SMEs*. International Journal of Business and Management, 14(2), 34-40.
3. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons, 53(1), 59-68.
4. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
5. Rosen, R. (2020). *Digital Marketing Strategy for Small and Medium Enterprises*. International Journal of Digital Marketing, 12(3), 54-66.
6. Tufte, E. R. (2017). *The Visual Display of Quantitative Information*. Graphics Press.

## DOKUMENTASI KEGIATAN





# PELATIHAN DESAIN GRAFIS

Sebagai Solusi Inovatif  
untuk Peningkatan Daya  
Saing UMKM Kelurahan  
Warujayeng, Kec.  
Tanjunganom, Kab.  
Nganjuk

## Pelaksanaan

- ✓ 03 Juni – 30 Juli 2021
- ✓ 09.00 – 13.00 WIB
- ✓ Warujayeng

.....



MUHKLISIN  
0852 3596 1289