

## Workshop Desain Pemasaran Digital melalui Aplikasi Canva dan *Mobile Photography* kepada Pelaku UMKM Food & Beverage di Tiban Center Batam

Muhammad Adi Sukma Nalendra<sup>1</sup>, Assaidatul Husna<sup>2\*</sup>, Nabilah<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi Batam, Jl. Gajah Mada Kompleks Vitka City Tiban Ayu, Sekupang, Kota Batam 102003. Telp : (0778) 3540555, [adisukma@iteba.ac.id](mailto:adisukma@iteba.ac.id), [assaidatul@iteba.ac.id](mailto:assaidatul@iteba.ac.id)

<sup>3</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi Batam, Jl. Gajah Mada Kompleks Vitka City Tiban Ayu, Sekupang, Kota Batam 102003. Telp : (0778) 3540555, [nabilah@iteba.ac.id](mailto:nabilah@iteba.ac.id)

\*Korespondensi : [assaidatul@iteba.ac.id](mailto:assaidatul@iteba.ac.id)

Diterima: 2 Juni 2021 ; Review: 4 Juni 2021 ; Disetujui: 27 Juli 2021 ; Diterbitkan: 31 Juli 2021

---

### Abstract

*The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Batam City reached 81,486 MSMEs. Marketing strategy is very important for MSMEs. The majority of MSMEs in Batam City, not carry out optimal marketing programs, especially during the current Covid-19 pandemic. Many MSMEs do not know about the importance of campaign strategies and aesthetics in communicating their products. To encourage the independence of MSMEs in carrying out their promotional functions, practical media use intelligence is needed such as templates and visual-based communication design techniques. The practical media used are Canva media and mobile photography. Community service in MSMEs is very relevant and important to do, especially during the current pandemic to create strong and independent, and quality MSMEs.*

**Keywords :** MSMEs, marketing strategy, canva, mobile photography

### Abstrak

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Batam mencapai 81.486 UMKM. Strategi pemasaran sangatlah penting bagi UMKM. Dari sekian banyak UMKM yang ada di Kota Batam, tidak seluruhnya melakukan program pemasaran yang maksimal terutama dalam masa pandemi Covid-19 saat ini. Banyak UMKM yang belum mengetahui tentang pentingnya strategi kampanye dan estetika dalam mengkomunikasikan produknya. Untuk mendorong kemandirian UMKM dalam menjalankan fungsi promosi, diperlukan pencerdasan penggunaan media praktis seperti *template* dan teknis perancangan komunikasi berbasis visual. Media praktis yang digunakan adalah media Canva dan mobile photography. Pengabdian masyarakat dalam bidang UMKM menjadi sangat relevan dan penting dilakukan terutama dimasa pandemi saat ini demi mewujudkan UMKM yang kuat dan mandiri serta berkualitas.

**Kata kunci :** UMKM, strategi media, canva, mobil fotografi

## 1. PENDAHULUAN

Kota Batam merupakan daerah industri dengan pergerakan ekonomi yang pesat. Tidak hanya industri, perkembangan UMKM di Kota Batam mencapai 81.486 Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Batam (Suleman, 2019). Dari sekian banyak UMKM yang ada di Kota Batam, tidak seluruhnya melakukan program pemasaran yang maksimal terutama dalam masa pandemi Covid-19 saat ini. Upaya pemerintah dalam menstimulus pergerakan UMKM dimasa pandemi salah satunya adalah dari pemberian bantuan uang tunai senilai 2,4 Juta Rupiah (Menkop UKM Batam, 2020). Pemanfaatan stimulus dana tersebut diharapkan mampu menambah modal tambahan dimasa pandemi.

Jumlah UMKM di Kota Batam yang besar ditambah dengan 1900 pelaku UMKM yang terdampak Covid-19, pemerintah menstimulus melalui dana langsung perlu diiringi langkah strategis lain (Dinas Koperasi dan UMKM, 2020). Penggunaan media digital dalam memasarkan produk UMKM merupakan langkah strategis yang dianggap mampu mendorong pertumbuhan dan perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (Sedyastuti, 2018). Produk UMKM salah satunya adalah unit usaha dibidang *food and beverage*. Penggunaan media digital dibidang unit usaha *food and beverage* merupakan bisnis yang menuntut pergerakan yang cepat karena memiliki waktu tertentu dalam bertahan. Dalam mendorong pembelian yang cepat, diperlukan kecakapan dalam bidang pengetahuan pemasaran yang tepat. Salah satu upaya pemasaran yang tepat adalah dengan meninjau bauran pemasaran yang dilakukan oleh UMKM di Kota Batam.

Bauran pemasaran UMKM di Kota Batam umumnya menggunakan media Promosi digital yang memerlukan penyajian menu dan visual disetiap upaya komunikasinya. Dalam masa pandemi tempat (*place*) menjadi hal yang memberatkan UMKM karena minimnya interaksi fisik yang terjadi di toko. Alternatif dari hal tersebut adalah menggantikan tempat fisik menjadi virtual seperti di toko online seperti layanan GoFood dan GrabFood. Upaya tersebut ditunjang dengan pemasaran dalam media sosial. Saat ini banyak UMKM perlu mendapatkan pendampingan digitalisasi pemasaran dalam memaksimalkan usahanya (Aviliani, 2020).

Melihat latarbelakang tersebut, dalam memaksimalkan performa penjualan dan mewujudkan UMKM yang berkualitas dalam masa tantangan pandemi ini maka perlunya untuk melakukan upaya sosialisasi bagaimana keilmuan desain dan informasi komunikasi dapat memaksimalkan upaya pemasaran. Umumnya keterbatasan *skill* desain atau kecakapan dalam memilih media pemasaran digital adalah masalah yang patut untuk dibantu oleh keilmuan Desain Komunikasi Visual dan Sistem Informasi. Pentingnya peran desain umumnya belum diketahui oleh sebagian UMKM di Kota Batam. Kendala prioritas dalam meng-*hire* tenaga desain juga umumnya belum menjadi fokus UMKM dikarenakan berfokus kepada masalah operasional.

Berdasarkan hal tersebut dalam mendorong kemandirian UMKM menjalankan fungsi promosi, diperlukan pencerdasan penggunaan media praktis seperti template dan teknis perancangan komunikasi berbasis visual. Pengabdian masyarakat dalam bidang UMKM menjadi sangat relevan dan penting dilakukan terutama dimasa pandemi saat ini demi mewujudkan UMKM yang kuat dan mandiri serta berkualitas.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka didapat beberapa solusi yang ditawarkan dalam upaya memaksimalkan proses pemasaran UMKM di media digital. Adapun solusi yang dapat diberikan yaitu, memberikan pengetahuan tentang pentingnya melakukan pemasaran digital disaat masa pandemi, memberikan pembinaan tentang penggunaan praktis media digital serta

prinsip-prinsip desain dan teknik informasi didalamnya, memberikan pengarahan tentang cara penggunaan alat desain sederhana seperti Canva, Adobe Spark, Wix.com dan Wordpress.com yang memiliki template pemasaran yang tepat dan melaksanakan praktik desain dan membuka akses ke media praktis desain dan teknik informasi.

## 2. ANALISIS SITUASI

Analisis permasalahan dari latarbelakang yang dibawa adalah kondisi UMKM di Kota Batam yang besar mencapai 81.486 jumlahnya. Dari jumlah tersebut, tidak banyak yang melakukan pemasaran digital dikarenakan fokus logistik dimasa pandemi serta kecakapan dalam menggunakan alat komunikasi visual dalam medium digital. Upaya pemasaran digital sangat *urgent* dalam masa pandemi. Langkah UMKM yang masih menggunakan pendekatan yang konservatif perlu bergeser dan menyempurnakan kualitas cara komunikasinya melalui media digital. Keilmuan Desain Komunikasi Visual dan Teknik Informasi dapat membantu memaksimalkan upaya pemasaran digital kepada UMKM di Kota Batam.

## 3. METODE PELAKSANAAN

Konsep transfer pengetahuan dan teknologi yang dilakukan pada pelaksanaan workshop dan sosialisasi desain Canva dengan cara pembinaan Canva dengan seluruh restoran atau UMKM Tiban Center.

- a. Tim pelaksana kegiatan pengabdian melakukan observasi langsung dengan mendatangi wilayah di sekitar Tiban Center dan Persiapan juga dilakukan dengan mengunjungi unit profil UMKM media sosial Instagram. Pada peninjauan workshop ditemukan beberapa profil UMKM yang belum maksimal dalam fotografi produk dan penyajian informasi berbentuk grafisnya.
- b. Tim pelaksana kegiatan membuat proposal pengabdian kepada masyarakat.

Sedangkan metode pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan dengan tiga metode yaitu sebagai berikut :

- a. Memberikan prinsip desain (komposisi layout, pemilihan media, serta khalayak sasaran yang tepat).
- b. Teknik fotografi *food and beverages* makanan.
- c. Teknis komposisi desain dan fotografi kedalam media digital Canva .

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Berita Acara (Sesi 1-Fotografi)

Workshop Desain Canva dan Fotografi F&B dilaksanakan dengan mempertimbangkan waktu pencahayaan dan ruangan yang memadai. Persiapan dimulai pada hari Rabu, 24 Februari 2021 dengan mempersiapkan meja panjang, peralatan penunjang fotografi dan pemasangan spanduk serta TV sebagai monitor. Panitia membuat grup Whatsapp melalui kontak-kontak yang didapat dari Instagram.

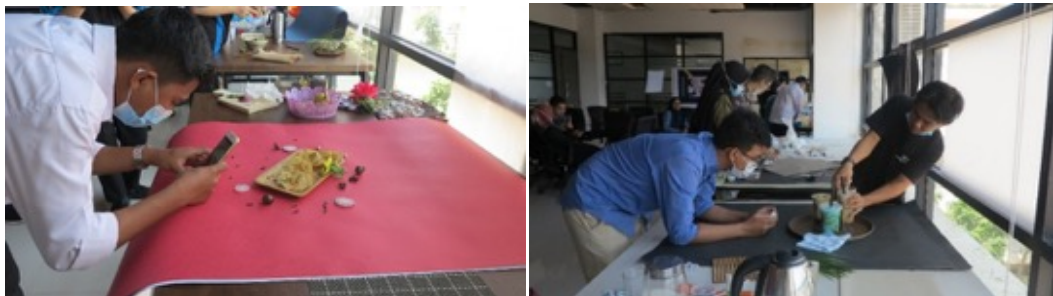
Kamis, 25 Februari 2021 para panitia dan persiapan meja dan presentasi telah tersedia. Konsumsi telah sampai pada pukul 08.30 WIB untuk peserta dan panitia. Pada pukul 09.00-09.30 peserta hadir dengan mengecek suhu, pengecekan masker dan pemakaian hansanitizer. Peserta mengisi daftar hadir dan dipersilahkan untuk mengambil meja yang telah disediakan panitia. Pencahayaan mendukung kondisi fotografi pada pagi hari. Pencahayaan yang optimal pada pukul 09.30-09.45 digunakan untuk introduksi dari bu Assaidatul Husna M.Sn untuk menerangkan materi fotografi dasar.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2021)

**Gambar 1.** Pemaparan materi dari bu Assaidatul Husna, M.Sn tentang fotografi

Setelah pemaparan materi berakhir maka peserta dan para mentor / dosen menuju meja fotografi. Perencanaan komposisi layout makanan, minuman dan aksesoris mulai disusun berdasarkan arahan dari mentor. Selama pukul 09.45-11.30 WIB peserta melakukan eksplorasi fotografi melalui *smartphone* dan alat yang disediakan panitia.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2021)

**Gambar 2.** Eksplorasi Sesi Fotografi

Setelah sesi foto berakhir, maka dilakukan *review* foto yang telah diambil. Proses pengiriman foto kepada panitia dilakukan melalui medium Grup Whatsapp. *Review* komposisi, warna, *tone* pencahayaan dan objektif komunikasi pesan dilakukan dari 11.30-11.45 WIB oleh para mentor. Terdapat lima foto terbaik hasil rekoendasi mentor untuk disimpan dan dilanjutkan pada sesi kedua desain Canva.





Sumber : Hasil Pelaksanaan (2021)

Gambar 3. Hasil Eksplorasi Sesi Fotografi

#### 4.2 Berita Acara (Sesi 2-Desain Canva)

Pada sesi kedua, pukul 13.00 peserta dan panitia telah memasuki ruangan Studio DKV. Peserta diminta untuk mempersiapkan bahan dan alat workshop desain. Peralatan workshop adalah laptop dan *smartphone*. Bagi peserta yang tidak membawa laptop akan dipinjamkan laptop oleh panitia. Peserta diberikan akses internet ITEBA untuk mengakses website Canva.com. Email masing-masing peserta yang telah didaftarkan pada saat registrasi disinkronkan dengan akun Canva milik pemateri sehingga konten premium dapat digunakan secara kolaborasi. Setelah peserta siap, pemaparan materi dimulai pukul 13.10-13.45 WIB.

Pemaparan materi mengenai Canva dan prinsip-prinsip desain dipaparkan oleh Muhammad Adi Sukma Nalendra, M.Ds. Pemaparan materi dimulai pukul 13.10-13.45 WIB dengan metode demonstrasi.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2021)

**Gambar 4.** Pemaparan Desain oleh M.A.S Nalendra, M.Ds Mengenai Prinsip Desain

Pemateri memberikan contoh penerapan fotografi kedalam desain. Setelah pemaparan desain selesai, peserta diminta untuk membuka situs Canva dari masing-masing Laptop. Peserta diarahkan untuk menyiapkan foto terbaik dari 5 yang terpilih. Peserta kemudian diarahkan untuk memilih salah satu template desain yang tersedia dan sesuai dengan tema UMKM. Peserta dibimbing oleh mentor dosen dalam menjalankan aplikasi Canva. Proses desain dilaksanakan dari pukul 13.45-15.00 WIB. Evaluasi desain dilakukan dengan cara mengirimkan ke grup Whatsapp.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2021)

**Gambar 5.** Proses Asistensi Peserta workshop atas Perancangan Desain

Evaluasi desain dilakukan dengan preview desain pada sesi pertama. Desain yang dievaluasi kemudian dikembalikan kepada masing-masing peserta untuk disempurnakan diluar Workshop. Workshop diakhiri dengan dua output yaitu output karya fotografi dan desain berbentuk postingan *motion graphic*. Pengisian evaluasi Keberjalanan acara worksop dilakukan oleh peserta workshop. Pembagian sertifikat pesrta dilakukan secara simbolis pada akhir acara. Pada pukul 15.20 WIB akhir sesi kedua dengan melakukan foto bersama dengan memakai masker dan menjaga jarak.





Sumber : Hasil Pelaksanaan (2021)

Gambar 6. Hasil Workshop Implementasi Fotografi dengan Desain



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2021)

Gambar 7. Hasil Workshop Implementasi Fotografi dengan Desain

## 5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Demi menjawab kebutuhan dan permasalahan yang telah dipaparkan pada latarbelakang pelaksanaan Workshop, maka UMKM perlu untuk dibimbing menuju kemandirian desain. Solusi yang ditawarkan dalam upaya memaksimalkan proses pemasaran UMKM di media digital melalui workshop memiliki luaran berdasarkan diskusi dan sharing perancangan, UMKM telah menerima transfer pengetahuan tentang pentingnya melakukan pemasaran digital disaat masa pandemi, UMKM telah menerima pembinaan tentang penggunaan praktis media digital serta prinsip-prinsip desain dan teknik informasi didalamnya, UMKM telah menerima arahan tentang cara penggunaan alat desain sederhana seperti Canva yang memiliki template pemasaran yang tepat serta melaksanakan praktik fotografi dan desain serta membuka akses ke media praktis desain dan teknik informasi, serta Perencanaan, Pelaksanaan dan evaluasi memberikan saran untuk wacana acara serupa demi keberjalanan PKM yang berkualitas untuk masyarakat. Saran yang perlu dilakukan adalah menambah jumlah peserta serta menggunakan

metode sharing antar akun yang memiliki relasi dengan UMKM. Penganggaran khusus untuk para anggota UMKM untuk akses penuh fitur berbayar pada platform desain praktis seperti Shutterstock, Canva, serta biaya untuk menunjang alat-alat dan aksesoris fotografi. Workshop yang dilaksanakan dalam kondisi Covid-19 menuntut untuk lebih ketat dalam menjaga protokol kesehatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Suleman. (2019). *Ada 81.486 Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Batam*. Diakses dari link <https://batampos.co.id/2019/06/24/ada-81-486-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-kota-batam/> pada 19 November 2020.
- Menkop UKM Batam.(2020). *Begini Cara UMKM Dapat BLT Rp2,4 Juta Susulan*. Diakses dari link <https://batamekbiz.com/begini-cara-umkm-dapat-bltrp24-juta-susulan/> pada 19 November 2020.
- Dinas Koperasi dan UMKM. (2020). *Gairahkan Kembali Ekonomi UMKM, Pemko Batam Lakukan Pendataan*. Diakses dari link <https://mediacenter.batam.go.id/2020/06/17/gairahkan-kembali-ekonomi-umkm-pemko-batam-lakukan-pendataan/> pada 19 November 2020.
- Sedyastuti, K. (2018). *Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global*. INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 2(1), 117–127.
- Aviliani. (2020). *Indef sebut mayoritas pelaku ekonomi belum siap hadapi era digital*. Diakses dari link <https://antaranews.co.id/2020/10/21/indef-sebut-mayoritas-pelaku-ekonomi-belum-siap-hadapi-era-digital/> Pada 19 November 2020