

DESAIN GRAFIS BAGI PELAKU USAHA KULINER LOKAL DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KERAKYATAN DI KOTA PANGKALPINANG

Syafrul Irawadi¹, Sujono², Okkita Rizan³, Hamidah⁴

^{1,2,3,4}Sistem Informasi, ISB Atma Luhur

syafrul@atmaluhur.ac.id¹, sujono@atmaluhur.ac.id²,

orizan@atmaluhur.ac.id³, hamidah@atmaluhur.ac.id⁴

Abstrak

Usaha kuliner menjadi pemeran penting dalam meningkatkan ekonomi kerakyatan, sehingga perlu sarana penunjang keberhasilan kuliner lokal tersebut dengan memanfaatkan varian teknologi informasi berupa desain grafis. Melalui aplikasi ini pelaku usaha kuliner lokal dapat menyajikan produk kuliner secara maksimal dengan sentuhan seni visual. Permasalahannya, teknologi ini sangat jarang diketahui oleh pelaku usaha tersebut, terutama dikalangan ibu ibu. Sehingga tim kegiatan pengabdian dari ISB Atma Luhur mengadakan pelatihan menggunakan aplikasi desain grafis. Melalui pelatihan ini, pelaku usaha kuliner lokal ini dapat meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat identitas merk, dengan menciptakan kemasan yang menarik, visual menu yang informatif dan estetis, serta promosi melalui media sosial kreatif. Setelah mengikuti pelatihan ini menunjukkan bahwa 75,4 % pelaku usaha dapat menggunakan aplikasi desain grafis, 15,2 % sedikit mahir menggunakan aplikasi desain grafis dan 9,4 % tetap tidak mahir menggunakan aplikasi desain grafis. Pada kategori kreativitas produk, 60,4% peserta menunjukkan memiliki ide yang kuat dalam mendesain produk, 25,3% cukup memiliki ide yang kuat dan 14,3 % masih perlu bimbingan teknis untuk memvisualisasikan ide kreatifnya.

Kata kunci: *Desain, Kuliner Lokal, Ekonomi Kerakyatan.*

1. Pendahuluan

Usaha kuliner adalah jenis bisnis yang bergerak di bidang penyediaan makanan dan minuman untuk konsumsi. Terdapat berbagai macam bentuk yang dapat dikategorikan dalam usaha kuliner ini, diantaranya restoran, café, warung makan, catering, food truck maupun usaha kuliner rumahan[1]. Berbagai usaha kuliner ini terbentuk menyesuaikan kebutuhan para target pasarnya, diantaranya perlu makanan yang cepat saji dan terjangkau, makanan praktis khususnya makan siang, perlu tempat makan dengan suasana yang nyaman dengan menu yang beragam, serta makanan yang unik, khas daerah tertentu dan fusion food. Pangsa pasar diantaranya kalangan pelajar dan mahasiswa, karyawan, keluarga maupun pecinta kuliner[2].

Berbagai kategori yang membedakan antar usaha kuliner diantaranya meliputi menu makanan yang tersedia, kualitas makanan dan berbagai pelayanan. Terkait dengan menu makanan yang tersedia, perlu cara sehingga data menu makanan tersebut menarik untuk dibeli. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu melalui media visual grafis yang menarik. Dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan visual yang semakin tinggi, perpaduan antara usaha kuliner dan desain grafis menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif. Hal ini memungkinkan bisnis kuliner untuk tampil lebih profesional, modern, dan relevan dengan pasar yang semakin kompetitif[3].

Bagi pelaku usaha kuliner, mendesain sebuah media promosi untuk pemasaran efektif tidak mudah. Mereka tidak terbiasa menggunakan aplikasi desain grafis ini. Fokus mereka tentu hanya menyiapkan menu yang akan disajikan, Permasalahan ini diperlukan langkah nyata untuk membantu meningkat usaha bisnisnya dan untuk menunjang ekonomi kerakyatan secara umum[4]

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan membantu memberikan keterampilan yang cukup di bidang desain visual kreatif sehingga usaha kulinernya dapat berkembang[5]. Setelah diperoleh cara untuk membantu mengatasi permasalahan tersebut, langkah berikutnya adalah menentukan pihak yang berkompeten untuk memberikan pelatihan ini. Sebagai perguruan tinggi yang bergerak di bidang IT, ISB Atma Luhur ditunjuk untuk melakukan kegiatan ini, karena memiliki sumber daya yang cukup di bidang desain kreatif[6].

Atas arahan tersebut, beberapa dosen yang tergabung dalam tim kegiatan pengabdian kegiatan masyarakat mengadakan pelatihan desain grafis untuk mempromosikan produk kuliner dengan sentuhan visual kreatif yang menarik. Melalui pelatihan ini, seluruh peserta akan diperkenalkan konsep awal mendesain, proses desain dan finishing semua produk yang menarik minat para pelanggan.

2. Metode

Untuk menunjang keberhasilan dalam kegiatan pelatihan ini, maka perlu disusun beberapa pendekatan/metode yang praktis. Metode yang praktis sangat diperlukan untuk dapat merangkul kemampuan para peserta yang beragam[7].

Langkah awal yang dilakukan adalah dengan mencari sejumlah pelaku usaha kuliner yang mempunyai peluang meningkatkan usahanya melalui desain grafis ini. Langkah awal ini penting, sebagai penentu keberhasilan program kegiatan ini. Kesalahan dalam menentukan peserta, akan berakibat kegiatan pelatihan pembekalan kemampuan desain grafis ini akan sia sia.

Langkah selanjutnya yang dilakukan menentukan aplikasi/software yang sesuai bagi pelaku usaha kuliner ini. Yang menjadi acuan adalah software yang ringan, mudah digunakan dan cepat dipahami bagi user/pengguna yang baru pertama kali menggunakan software ini.

Proses berikutnya tentunya dengan memberikan pembekalan/materi merancang sebuah promosi kuliner menggunakan media desain grafis. Proses ini dilaksanakan dengan berbagai tahapan dan tingkatan, mengikuti kemampuan seluruh peserta dari pengusaha kuliner ini.

Untuk mengetahui seluruh peserta yang telah mengikuti pelatihan, maka metode berikutnya perlu diadakan pengujian dengan menggunakan beberapa studi kasus.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

3. Hasil dan Pembahasan

Sebelum memberikan pelatihan, pihak penyelenggara bekerjasama dengan tim pengabdian ISB Atma Luhur, melakukan survey untuk menentukan peserta yang layak untuk mengikuti kegiatan pelatihan ini. Proses ini dilakukan mengingat terbatasnya tempat dan menjadi penentu keberhasilan dalam melaksanakan kegiatan ini. Beberapa kategori/acuan yang menjadi dasar untuk memilih para peserta yang pertama adalah melihat tren kebutuhan pasar, terutama di bidang usaha kuliner. Tren pasar diperlukan untuk melihat jenis kuliner yang digemari oleh masyarakat dan sangat laku dijual, salah satu yang menjadi patokan adalah kuliner sehat yang terus meningkat permintaannya. Selain itu yang menjadi perhatian dalam menentukan peserta adalah kemampuannya dibidang teknologi. Memang, peserta tidak diwajibkan harus sudah mahir menggunakan aplikasi, tetapi setidaknya melek teknologi sedikit, karena pada akhirnya usaha ini akan berbasis teknologi, dengan layanan digital yang terus berkembang. Jenis usaha kuliner yang dicari adalah bisnis kuliner yang mendukung keberlanjutan lingkungan, seperti menyediakan makanan organik yang sedang diminati.

Sisi lain pelaku usaha kuliner yang dicari adalah seorang pelaku usaha yang memiliki jaringan atau komunitas, karena dengan memiliki jaringan atau komunitas, pelaku usaha kuliner ini dapat dengan mudah mempromosikan kulinernya. Produknya dapat lebih cepat dikenal dan disebar luaskan, tentunya nanti jika sudah di desain dengan menarik, akan dengan cepat menambah minat para pelanggan untuk mencoba produknya. Selain itu, melalui jaringan atau komunitas ini, pelaku usaha mempunyai peluang untuk bekerja sama dengan inkubator bisnis, sehingga menambah peluang memperbesar pasar yang sudah ada dengan ide ide bisnis yang *brilliant*.

Setelah mendapatkan sejumlah peserta yang memenuhi kualifikasi/persyaratan yang sesuai, maka proses berikutnya adalah menentukan aplikasi/*software* yang tepat. *Software* yang tepat adalah *software* yang ringan, ringkas, nyaman dan yang mudah dipahami bagi pemula. Beberapa poin yang digunakan untuk memilih *software* ini, yang pertama adalah sebuah *software* yang memiliki antar muka sederhana dan intuitif, cirinya adalah layout bersih dan terorganisir, yang menampilkan fitur-fitur utama dengan jelas dan tanpa membingungkan pengguna. Selain itu antar muka yang sederhana adalah *software* yang memiliki ikon-ikon yang mudah dipahami dan yang tidak perlu banyak belajar.

Kategori lain yang digunakan untuk memilih *software* dalam pelatihan ini adalah *software* yang mempunyai template dan preset yang siap pakai. Dengan template yang siap pakai ini, pengguna dapat menghemat waktu dan memberikan ide-ide dasar dalam mendesain. Dengan preset yang siap pakai maka pengaturan warna, font dan layout dapat langsung diterapkan dalam perlu banyak penyesuaian.

Karena yang menggunakan *software* ini adalah pengguna tingkat dasar, maka diperlukan sebuah *software* dengan alur kerja yang sederhana, diantaranya fungsi untuk menggeser elemen desain dengan mudah, memiliki kombinasi tombol untuk perintah umum yang membantu mempercepat proses kerja dan memiliki panduan otomatis sehingga desain tetap rapi.

Ciri *software* lain yang dicari untuk digunakan dalam pelatihan ini adalah mempunyai kemampuan untuk mengkompatibilitas dengan format umum, sehingga hasil desain yang telah dirancang dapat dengan mudah untuk disimpan, dibuka atau di eksplor dengan berbagai format yang umum, seperti PDF, JPG, PNG dan SVG, tanpa memerlukan konversi yang rumit.

Kategori *software* terakhir yang digunakan adalah memiliki kompatibel dengan berbagai perangkat, sehingga memungkinkan pengguna untuk bekerja dimana saja dan kapan saja, selain itu *software* berjenis ini tidak memerlukan spesifikasi hardware yang tinggi.

Setelah memenuhi persyaratan sebelumnya, mengenai data peserta dan *software* yang digunakan, maka kegiatan pembekalan keterampilan pembuatan desain kreatif dapat dimulai. Dalam pemberian materi disusun sehingga mampu menghasilkan daya tarik visual bagi produk atau layanan merek, memperkuat identitas merek serta menarik lebih banyak pelanggan. Karena peserta dianggap masih sangat awam menggunakan aplikasi dan belum mempunyai keterampilan mumpuni mendesain produk, maka kegiatan pelatihan disusun dengan memberikan materi yang diuraikan berikut ini.

Pembekalan pertama, seluruh peserta dikenalkan dengan dasar-dasar desain grafis mengenai elemen desain, prinsip desain, teori warna, pemilihan skema warna untuk branding maupun pemilihan font. Melalui pemahaman elemen desain, para peserta diajak untuk mampu membuat desain yang estetis dan seimbang. Pada materi prinsip desain, seluruh peserta diarahkan untuk mampu menciptakan tampilan yang menarik dan mudah dipahami. Dari teori warna, peserta mendapatkan pengetahuan tentang warna primer, sekunder, komplementer dan

psikologis dari warna, khususnya untuk branding warna dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen.



Gambar 2. Kegiatan Pembekalan Desain Grafis

Setelah dasar-dasar desain grafis diperkenalkan, proses berikutnya seluruh peserta diajak untuk membuat logo dan identitas merk usaha kulinernya. Prinsipnya logo yang dibuat cukup sederhana saja tetapi memiliki karakter. Logo akan menjadi bagian penting pada branding dengan desain yang mencerminkan nilai dari visi usaha. Logo yang menarik, akan menciptakan identitas visual yang kuat dan konsisten berdasarkan kombinasi warna, logo dan font yang digunakan.

Selesai logo, peserta diberi pengetahuan dan praktek langsung membuat flyer dan poster promosi. Pada kegiatan ini, pelaku usaha kuliner ini diajarkan bagaimana membuat flyer atau poster promosi yang efektif untuk menarik perhatian pelanggan, menggunakan gambar, warna, teks, dan layout yang menarik pada proses ini dikenalkan cara untuk memilih berbagai format flyer dan poster, termasuk ukuran dan media cetak yang sesuai dengan promosi. Pada tahapan ini juga peserta diperkenalkan proses pencetakan, yaitu bentuk resolusi gambar, format file (JPEG, PNG, PDF) serta publish desain lebih optimal ke berbagai media digital



Gambar 3. Kegiatan Pembekalan Desain Grafis

Materi terakhir yang diperkenalkan dalam kegiatan ini adalah mendesain kemasan produk. Beberapa hal yang diajarkan adalah bagaimana membuat kemasan produk yang menarik dan sesuai dengan karakter produk. Kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya jual produk. Selain itu, pemilihan bahan dan warna yang sesuai untuk kemasan penting diperhatikan dan menjadi daya tarik visual di rak toko.

Setelah seluruh pembekalan materi selesai diberikan, maka dilanjutkan dengan uji coba hasil pelatihan ini. Tujuan uji coba pelatihan ini diperlukan karena penting untuk mengukur apakah materi yang sudah diberikan begitu efektif bagi para peserta. Efektifitasnya dilihat dari apakah materi cukup mudah dipahami dan sesuai dengan kebutuhan peserta. Selain itu dapat mengukur durasi pelatihan sehingga dapat dipastikan waktu yang cukup untuk setiap modul pembelajaran tanpa membuat peserta kewalahan.

Setelah diperoleh feedback dan respon dari seluruh peserta, pelatihan diperoleh dengan komposisi hasil berikut ini. Bahwa dalam pelatihan ini menunjukkan bahwa 75,4 % pelaku usaha sangat mahir menggunakan aplikasi desain grafis, 15,2 % mahir menggunakan aplikasi desain grafis dan 9,4 % tetap cukup mahir menggunakan aplikasi desain grafis. Pada kategori kreativitas produk, 60,4% peserta menunjukkan memiliki ide yang kuat dalam mendesain produk, 25,3% cukup memiliki ide yang kuat dan 14,3 % masih perlu bimbingan teknis untuk memvisualisasikan ide kreatifnya

Tabel 1. Hasil Kegiatan Pelatihan Desain Grafis Usaha Kuliner

No	Kategori	Cukup %	Baik %	Sangat Baik %
1	Menggunakan Aplikasi Desain Grafis	9,4	15,2	75,4
2	Kreativitas / Ide Produk	14,3	25,5	60,4

4. Kesimpulan

Dalam kegiatan pengabdian ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat bagi pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan usahanya melalui pemanfaatan teknologi desain grafis untuk mendesain logo dan branding usaha. Selain itu daya tarik produk untuk dijual menjadi lebih menarik yang divisualisasikan menggunakan flyer, poster dan kemasan yang kreatif. Hasil kegiatan dapat diterima dengan baik dan positif oleh seluruh peserta ditunjukkan dengan lebih banyak peserta yang dapat menggunakan aplikasi dengan kreativitas desain produk yang baik juga. Diharapkan kegiatan serupa dapat tetap dilanjutkan untuk menunjang ekonomi kerakyatan terutama bagi pelaku usaha industri kecil lainnya.

Daftar Pustaka

- [1] D. D. Kristanto, H. Nugraha, and F. B. Leksono, "PENERAPAN GRAFIS PADA DESAIN GEROBAK PEDAGANG KULINER DI KAMPUNG LENGKONG KYAI Application of Graphics On The Design Of Culinary Merchant Carts in Lengkong Kyai Village," vol. 6, no. 1, 2022.
- [2] R. Nugrahani, "Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm," vol. IX, no. 2, pp. 127–136, 2015.
- [3] D. Wahidin, "Pelatihan Desain Grafis Untuk Pemasaran Produk," pp. 2636–2640, 2022.
- [4] D. I. Sekolah, M. Kejuruan, and N. Sikur, "Pelatihan Desain Kemasan," vol. 1, no. 2, 2022.
- [5] L. Laurentinus, O. Rizan, H. Hamidah, and S. Sarwindah, "Digitalisasi UMKM berbasis Retail melalui Program Hibah RISTEK-BRIN," *To Maega J. Pengabd. Masy.*, 2021, doi: 10.35914/tomaega.v4i1.418.
- [6] S. Sarwindah, L. Laurentinus, O. Rizan, and H. Hamidah, "Memanfaatkan Digital Marketing bagi Usaha Rumahan Sayuran Hidroponik dengan E-Commerce sebagai Media Promosi," *J. Teknol. Terpadu*, vol. 7, no. 2, pp. 65–69, 2021, doi: 10.54914/jtt.v7i2.338.
- [7] S. Okkita Rizan, Hamidah, Laurentinus, "ISSN : 2745-8725," vol. 5, pp. 24–32, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/abdimastek/article/view/2153/1005>.