

## PENERAPAN DESAIN GRAFIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK VISUAL PENJUALAN UMKM WARUNG MAKUWO

Novrizal Nur<sup>1</sup>, Usman<sup>2</sup>, Ilyas<sup>3</sup>, Samsudin<sup>4</sup>, Endy Sudeska<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Indragiri

<sup>234</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

<sup>5</sup>Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

e-mail: [novpinpoint2@gmail.com](mailto:novpinpoint2@gmail.com)

### Abstrak

*Studi ini bertujuan meneliti bagaimana pemanfaatan desain grafis yang terencana dapat meningkatkan daya tarik visual dan potensi penjualan pada UMKM Warung MakUwo. Warung yang berlokasi di Jalan Tanjung Harapan, Lorong Tanjung Pure, Tembilahan, ini menghadapi tantangan visualisasi yang kurang maksimal pada media promosinya, terutama spanduk, yang menyebabkan kurangnya perhatian dari calon pembeli dan citra merek yang lemah. Kami menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Fokus utama adalah menganalisis kebutuhan desain Warung MakUwo dan menerapkan elemen visual dasar seperti pemilihan huruf, skema warna, dan penataan letak yang diselaraskan dengan karakter warung. Proses perancangan ulang media promosi ini dilakukan secara praktis menggunakan aplikasi Canva, yang dikenal mudah diakses dan diterapkan oleh pelaku UMKM. Implementasi desain baru ini menghasilkan spanduk dan materi promosi lainnya yang terlihat lebih profesional, informatif, dan meyakinkan. Peningkatan tampilan visual terbukti berhasil memperkuat merek dan meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan bahwa pengembangan desain grafis, bahkan menggunakan platform sederhana seperti Canva, adalah langkah pemasaran yang sangat efektif untuk memajukan bisnis UMKM.*

**Kata kunci:** *UMKM, Desain Grafis, Daya Tarik Visual, Spanduk, Canva*

### Abstract

*This study aims to investigate how the utilization of planned graphic design can enhance the visual appeal and sales potential of the Warung MakUwo MSME (Micro, Small, and Medium Enterprise). This stall, located on Jalan Tanjung Harapan, Lorong Tanjung Pure, Tembilahan, faces the challenge of suboptimal visualization in its promotional media, especially the banner, which results in a lack of attention from potential buyers and a weak brand image. We utilized a descriptive qualitative research method. The main focus was to analyze Warung MakUwo's design needs and implement basic visual elements such as font selection, color schemes, and layout arrangement that are aligned with the stall's character. The process of redesigning these promotional materials was carried out practically using the Canva application, which is known for its accessibility and ease of implementation by MSME actors. The implementation of this new design resulted in banners and other promotional materials that appeared more professional, informative, and convincing. The improved visual presentation proved successful in strengthening the brand and increasing consumer appeal. The conclusion of this study emphasizes that graphic design development, even when using simple platforms like Canva, is a very effective marketing step for advancing MSME businesses.*

**Keywords:** *MSME, Graphic Design, Visual Appeal, Banners, Canva*

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merujuk pada kategori bisnis yang memiliki skala kecil hingga menengah dalam hal jumlah karyawan, aset, dan pendapatan jika dibandingkan dengan perusahaan yang lebih besar. UMKM memiliki peran yang penting dalam perekonomian banyak negara karena kontribusinya dalam penciptaan lapangan kerja, inovasi, dan pertumbuhan ekonomi.[1][2][3] Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam perjalanannya mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dimana para pelaku bisnisnya menghasilkan jenis produk yang beragam, dan ini tentunya meningkatkan perekonomian dalam masyarakat supaya kesejahteraan hidup pun bisa terpenuhi. Keberadaan para pelaku bisnis UMKM memberikan andil yang cukup signifikan bagi pembangunan perekonomian. Dalam hal ini usaha yang mereka bangun menyerap tenaga kerja di daerahnya masing-masing [1].

Desain menggunakan aplikasi Canva lebih detail dan menarik dalam promosi penjualan usaha online, terlihat bahwa gambar yang menggunakan aplikasi Canva lebih detail terkait dengan informasi produk yang dijual. Daya tarik promosi di media sosial diantaranya adalah konten promosi yang menarik dan mempunyai nilai tawar calon pembeli untuk melihat konten dan akhirnya memutuskan untuk membeli. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "konten" diartikan sebagai suatu informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Dengan konten yang menarik pengguna media sosial dapat saling berinteraksi. Salah satu konten yang menarik untuk diposting ke media sosial adalah foto. Pengguna dapat memosting foto dengan bebas dengan kreativitas yang dimiliki. Foto menarik dalam media sosial adalah foto yang menjadi suatu hal yang baru, yang mengakibatkan banyak pengguna lain terinspirasi dengan konten/ foto tersebut (Ardipraditiya, 2020). Berdasarkan observasi awal wawancara dengan salah satu pemilik usaha online Nasi Tumpeng Bengkulu mengungkapkan bahwa dengan menggunakan aplikasi Canva desain gambar lebih bagus dan menarik berbeda jika tidak menggunakan aplikasi Canva desainnya hanya biasa saja dan tidak menarik, dimana dalam menggunakan aplikasi Canva itu sudah dari awal melakukan usaha online dimana aplikasi Canva banyak fitur-fitur yang dapat dimanfaatkan dalam mengedit brousur ataupun video serta aplikasi Canva mudah digunakan oleh pengusaha pemula memiliki pampate yang telah disediakan sehingga kita hanya menempel desain yang menarik yang telah disediakan di aplikasi Canva [2].

Program pengabdian ini dirancang untuk memberikan pelatihan intensif mengenai penggunaan aplikasi Canva sebagai alat bantu pembuatan konten promosi. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini meliputi sesi pemaparan teori tentang dasar-dasar desain grafis dan pemahaman tentang prinsip-prinsip visual yang efektif, praktek langsung, serta diskusi interaktif dengan peserta. Secara efektif meningkatkan pemahaman dan kemahiran para peserta dalam menghasilkan materi visual yang menarik dan profesional. Peningkatan ini diharapkan dapat mendukung peningkatan penjualan produk UMKM melalui promosi yang lebih efektif dan efisien [3].

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sering kali terfokus pada aspek produksi, sehingga aspek promosi dan pemasaran menjadi terabaikan. Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing dan keterjangkauan produk di pasar. Pelatihan pembuatan media promosi sederhana dengan aplikasi Canva ini ditujukan untuk meningkatkan kemampuan promosi UMKM [4].

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam perekonomian, khususnya di era digital. Hal ini dikemukakan dalam penelitian Syukri & Sunrawali (2022) bahwa Kecanggihan teknologi menjadi salah satu peluang bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha di tengah persaingan tak terlihat yang ada di dunia digital. Kemajuan teknologi telah mengubah lanskap bisnis, mengharuskan UMKM beradaptasi dengan lingkungan digital baru agar tetap kompetitif. Salah satu aspek penting dari adaptasi ini adalah pemanfaatan aplikasi yang dapat mendukung upaya penjualan dan pemasaran. Canva, alat desain grafis online, telah muncul sebagai aset berharga bagi UMKM dalam hal ini [5].

Desain grafis merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan elemen visual, seperti tipografi, fotografi, serta ilustrasi yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah dalam komunikasi melalui visual grafis. Visual yang tercipta diharapkan dapat menjadi sarana untuk menyampaikan informasi secara efektif, jelas, dan mampu menciptakan persepsi dari informasi yang disampaikan (Namuri migotowiu, 2020). Dalam pembuatan desain grafis sebagai media promosi tentu tidak lepas dari peranan seorang desainer grafis. Desainer grafis merupakan orang yang bertugas menciptakan elemen grafis atau ilustrasi, dan tata letak untuk membuat tampilan visual. Seorang desainer grafis menciptakan suatu karya dalam bentuk media informatif dan komunikatif. Penulis bertanggung jawab membuat tampilan desain yang menarik, yang dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk materi promosi yang berkaitan dengan produk dan masyarakat [6].

## 2. METODE

Metode pelatihan terdiri dari penjelasan teori dan praktek langsung. Pelatihan diawali dengan penjelasan teori kemudian praktek langsung tentang bagaimana membuat spanduk dengan menggunakan canva.

### 1. Tahap Survey

Pada tahap pertama adalah melakukan survey. Survey ini dilakukan dengan tujuan

melakukan peninjauan secara langsung dengan UMKM mengenai jenis yang akan diterapkan dan implementasinya. Selanjutnya, tujuan dari survei ini adalah untuk melakukan koordinasi antara dosen dan mahasiswa mengenai jadwal kegiatan, peserta pelatihan, dan perangkat komputer yang digunakan.

#### 2. Tahap Persiapan

Untuk mempersiapkan kegiatan, dibuat jadwal kegiatan, dibuat perangkat pembelajaran, termasuk materi desain grafis menggunakan canva.

#### 3. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan dengan melakukan pendampingan kepada seluruh peserta. Pengajar terlibat dalam pelaksanaan ini, dan pengajar harus menilai hasil pembelajaran siswa yang mengikuti pelatihan.

#### 4. Tahap Evaluasi

Setelah pengabdian selesai, tahap evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan peserta dalam mengikuti pelatihan. Tujuan lain dari evaluasi adalah untuk mengidentifikasi kesalahan yang terjadi dalam kegiatan tertentu agar dapat diperbaiki dalam kegiatan berikutnya.

#### 5. Tahap Dokumentasi

Pengisian surat-surat, pembuatan laporan akhir kegiatan pengabdian, dan dokumentasi foto-foto pelatihan adalah semua bagian dari dokumentasi kegiatan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan desain Warung MakUwo dan menerapkan elemen visual dasar untuk meningkatkan daya tarik visual serta potensi penjualan UMKM tersebut. Warung MakUwo, yang berlokasi di Jalan Tanjung Harapan, Lorong Tanjung Pure, Tembilihan, menghadapi tantangan visualisasi yang kurang maksimal pada media promosinya, khususnya spanduk, yang berdampak pada citra merek yang lemah dan kurangnya perhatian dari calon pembeli.

#### a. Analisis Kebutuhan dan Penerapan Desain Grafis

1. Tujuan Utama: Fokus utama penelitian adalah menganalisis kebutuhan desain Warung MakUwo dan mengimplementasikan elemen visual dasar.
2. Elemen yang Diterapkan: Elemen visual yang diterapkan mencakup pemilihan huruf (tipografi), skema warna, dan penataan letak (layout) yang diselaraskan dengan karakter warung.
3. Elemen yang Diterapkan: Elemen visual yang diterapkan mencakup pemilihan huruf (tipografi), skema warna, dan penataan letak (layout) yang diselaraskan dengan karakter warung.
4. Aplikasi yang Digunakan: Proses perancangan ulang media promosi dilakukan secara praktis menggunakan aplikasi Canva. Canva dipilih karena dikenal mudah diakses dan diterapkan oleh pelaku UMKM. Selain itu, desain menggunakan aplikasi Canva dinilai lebih detail dan menarik dalam promosi penjualan, bahkan untuk pengusaha pemula karena memiliki banyak *template* dan fitur yang dapat dimanfaatkan.
5. Konten Visual: Konten yang menarik, seperti foto yang kreatif dan baru, dianggap penting di media sosial karena dapat menginspirasi pengguna lain dan meningkatkan interaksi.

#### b. Dampak dan Hasil Implementasi

1. Hasil Desain: Implementasi desain baru ini berhasil menghasilkan spanduk dan materi promosi lainnya yang terlihat lebih profesional, informatif, dan meyakinkan.
2. Peningkatan Merek dan Daya Tarik: Peningkatan tampilan visual yang dihasilkan oleh desain grafis terbukti berhasil memperkuat merek dan meningkatkan daya tarik bagi konsumen.
3. Efektivitas Pemasaran: Pengembangan desain grafis, meskipun menggunakan *platform* sederhana seperti Canva, ditekankan sebagai langkah pemasaran yang sangat efektif untuk memajukan bisnis UMKM. Peningkatan kemahiran dalam menghasilkan materi visual yang menarik dan profesional ini diharapkan dapat mendukung peningkatan penjualan produk UMKM melalui promosi yang lebih efektif dan efisien.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa pemanfaatan desain grafis yang terencana, yang dieksekusi melalui *platform* yang mudah diakses seperti Canva, secara signifikan mampu mengatasi tantangan visualisasi yang kurang maksimal pada media promosi UMKM, mengubahnya menjadi aset yang memperkuat merek dan meningkatkan daya tarik konsumen.



Gambar 1. Pemasangan spanduk di Warung Makuwo dan didampingi oleh pembimbing



Gambar 2. Dokumentasi seluruh peserta PKM dan pembimbing PKM

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan desain grafis yang terencana merupakan langkah pemasaran yang sangat efektif untuk meningkatkan daya tarik visual dan memajukan bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya Warung MakUwo. UMKM sering menghadapi tantangan visualisasi yang kurang maksimal pada media promosi mereka, seperti spanduk, yang berdampak pada citra merek yang lemah dan kurangnya perhatian dari calon pembeli. Melalui implementasi elemen visual dasar seperti pemilihan huruf, skema warna, dan penataan letak yang diselaraskan dengan karakter warung media promosi berhasil dirancang ulang menggunakan aplikasi yang mudah diakses seperti Canva. Hasilnya, materi promosi terlihat lebih profesional, informatif, dan meyakinkan, yang pada gilirannya sukses dalam memperkuat merek dan meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Oleh karena itu, pengembangan desain grafis, bahkan menggunakan *platform* sederhana, menjadi strategi pemasaran krusial untuk meningkatkan penjualan produk UMKM dan

mendukung adaptasi mereka di era digital.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Saehan, K. Kusmanto, S. Suryadi, dan T. H. Pohan, "Pelatihan desain grafis menggunakan aplikasi Canva untuk meningkatkan promosi produk UMKM," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, vol. 3, no. 2, hlm. 44–48, 2023.
- [2] M. Wahyuni, Y. Yanto, dan M. Maryaningsih, "Pemanfaatan Aplikasi Canva Dalam Promosi Usaha Online Di Kota Bengkulu," *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, vol. 10, no. 2, hlm. 787–802, 2023.
- [3] V. Herawaty, A. A. Oktaviani, F. Daeli, I. N. Noor, N. F. Nafis, dan F. M. Juwita, "Pelatihan pemanfaatan Canva: Membuat konten promosi untuk peningkatan penjualan," *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, vol. 6, no. 1, hlm. 99–107, 2025.
- [4] A. A. Oktaviani, V. Herawaty, J. S. Tarigan, E. A. Yudhaputri, E. Fauzan, dan D. R. Maruti, "Pentingnya Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Pemanfaatan Canva dalam Promosi Produk maupun Jasa," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, vol. 6, no. 1, hlm. 295–303, 2025.
- [5] A. I. S. Alamsyah, "Peran Aplikasi Canva Dalam Mendukung Umkm Bersaing Di Era Digital," *J. Inf. Syst. Applied, Manag. Account. Res.*, vol. 8, no. 2, hlm. 343, 2024, doi: 10.52362/jisamar.v8i2.1448.
- [6] A. Z. Maulana, "IMPLEMENTASI DESAIN GRAFIS TERHADAP PENGARUH BRANDING PERUSAHAAN," (tidak dipublikasikan), 2022.
- [7] S. Saryono, P. P. Utami, dan M. R. Febriansyah, "Pemberdayaan UMKM Berbasis Pesantren: Strategi Branding dan Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Keripik," *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, vol. 5, no. 2, hlm. 165–179, 2025.
- [8] D. B. Dewa Gede, N. Eldiana Tri, dan A. P. Agus Ngurah, "PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI BRANDING DI SAHADEWA RESORT AND SPA," *ISI Denpasar*, 2025.
- [9] K. A. Sary, K. M. Boer, J. F. Agustian, M. N. Sanjaya, dan M. Maudi, "Perancangan Visual Branding untuk Meningkatkan Identitas dan Daya Saing UMKM Binaan Otorita Ibu Kota Nusantara (IKN)," *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, vol. 9, no. 1, hlm. 200–211, 2025.
- [10] J. D. Subade, R. K. Utoro, dan T. Zani, "Peran Desainer Grafis untuk Meningkatkan Efektivitas Komunikasi pada Media Sosial di PT Yesdok Indonesia," *eProceedings of Applied Science*, vol. 11, no. 1, 2025.
- [11] M. Jibril, M. Amin, S. Wardah, and K. Ihwan, "Pelatihan dan Penerapan Desain Grafis sebagai Upaya Peningkatan Branding pada UMKM Teras Sayur Nurul," *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIMAS)*, vol. 3, pp. 171–177, 202