

## **Pelatihan Pembuatan Katalog Produk dan Pembuatan *Banner* untuk UMKM di Tanah Mas Semarang**

**Juventius Wahyu Utama<sup>1</sup>, Henry Anggoro Djohan<sup>2</sup>, Yoko Stephanus Arjowo<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> *Akademi Entrepreneurship Terang Bangsa Semarang, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Juventius Wahyu Utama

**E-mail:** [juven.wahyu@gmail.com](mailto:juven.wahyu@gmail.com)

### **Abstrak**

*Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM agar lebih menarik perhatian calon pelanggan melalui desain banner dan katalog produk pada UMKM di daerah Tanah Mas Semarang. Pengabdian masyarakat ini melibatkan 5 UMKM yang terdiri dari pedagang mie ayam, pedagang kue, pedagang gado-gado, jasa rias wajah dan pedagang bakso. Metode yang digunakan adalah melalui sosialisasi pentingnya membuat brand menjadi lebih menarik, disamping itu mahasiswa Akademi Entrepreneurship Terang Bangsa juga membantu UMKM dengan melakukan foto produk, pembuatan katalog produk dan pembuatan banner untuk UMKM. Kegiatan ini diadakan pada tanggal 3 sampai 7 Juli dengan output pemberian bantuan katalog produk, dan pemberian bantuan banner untuk UMKM tersebut. Dengan adanya pengabdian masyarakat ini diharapkan UMKM di daerah Tanah Mas Semarang bisa lebih meningkatkan penjualan dan dapat membantu pelanggan dengan penyediaan katalog produk UMKM tersebut.*

**Kata kunci** - UMKM, Sosialisasi Pembuatan Brand, Katalog produk, Banner

### **Abstract**

*This community service aims to help MSMEs to attract more potential customers through banner designs and product catalogs for MSMEs in the Tanah Mas Semarang. This community service involved 5 MSMEs consisting of chicken noodle traders, cake traders, hodgepodge traders, make-up services and meatball traders. The method used is through socialization of the importance of making brands more attractive, besides that Terang Bangsa Entrepreneurship Academy students also help MSMEs by taking product photos, making product catalogs and making banners for MSMEs. This activity was held from July 3 to 7 with the output of providing product catalog assistance, and providing banner assistance for these MSMEs. With this community service, it is hoped that MSMEs in the Tanah Mas Semarang area can further increase sales and be able to help customers by providing a catalog of these MSME products.*

**Keywords** - SMEs, Socialization of Branding, Product Catalogs, Banners

## PENDAHULUAN

Pada saat ini ekonomi Indonesia mulai bangkit pasca pandemi COVID-19 yang berlangsung antara tahun 2019 sampai dengan awal 2022. Hal ini merujuk pada data BPS mengenai pertumbuhan Industri Skala Mikro Kecil (IMK) dimana beberapa Propinsi di Pulau Jawa mengalami kenaikan indeks. Pada data Tahun 2018 pertumbuhan Industri Mikro Kecil berada pada indeks 5.66 sementara di Tahun 2019 naik sedikit pada indeks 5.80, tetapi saat pandemic melanda pada Tahun 2020 indeks pertumbuhan merosot minus (-17%). Berbagai cara dan upaya Dilakukan oleh Pemerintah untuk menggeliatkan lagi Industri Mikro Kecil pasca pandemi covid-19 dan perlahan indeks pertumbuhannya menjadi rata-rata 3.98% pada Tahun 2022 ini.

Namun tantangan bagi pedagang tidak sampai disitu saja, dengan kenaikan pertumbuhan Industri Mikro Kecil semakin banyak pula persaingan yang terjadi antara Industri Mikro Kecil lainnya terutama dalam industri kuliner yang peningkatan produksinya mencapai 3.09% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Masyarakat yang daya belinya belum pulih menjadi tugas tersendiri bagi para pedagang mikro kecil untuk bagaimana usahanya bisa bertahan, sehingga promosi adalah menjadi salah satu cara yang harus dikla. Penelitian yang Dilakukan oleh (Limpo et al., 2018) yang berjudul *Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision* menyatakan bahwa secara simultan kualitas, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil Penelitian tersebut juga didukung oleh studi yang dilakukan oleh (Wirakanda et al., 2021) yang berjudul *How Sales Promotion Can Effect On Consumer's Purchase Decisions* dengan kesimpulan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil observasi dan hasil studi diatas maka kami mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Pelatihan Pembuatan Katalog Produk dan Pembuatan Banner untuk UMKM di Tanah Mas Semarang.

## METODE

Metode dan tahapan pelaksanaan yang digunakan selama proses pelaksanaan kegiatan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tahapan survey lokasi pada H-7 acara, dengan memilih UMKM dengan kriteria tidak memiliki daftar menu, dan tidak memiliki *banner* sebagai media promosi untuk usahanya. Setelah melakukan survey kemudian tahap 2 kami melakukan kegiatan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dan pada tahap akhir kami melakukan evaluasi dan masukan dari penerima pelatihan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.



**Gambar 1.**  
Alur Kegiatan Pengabdian Masyarakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dilangsungkan pada tanggal 1 September 2023 selama 60 menit pada setiap unit UMKM, materi pertama disampaikan mengenai pentingnya branding dan promosi produk. Kemudian setelah disampaikan materi tersebut, acara dilanjutkan dengan pengambilan foto dan desain dari menu dan banner oleh para mahasiswa Akademi Entrepreneurship Terang Bangsa dan pembuatan desain katalog produk atau menu dan banner. Katalog produk dan banner akan diserahkan pada H+3 setelah proses kegiatan pelatihan berlangsung. Untuk proses evaluasi kami membagikan kuesioner kepada pelaku UMKM tersebut untuk mengetahui kepuasan terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.



**Gambar 2.**

Sosialisasi Kegiatan PkM di Penjual UMKM Gado-Gado.

Hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah pelaku UMKM lebih mengerti tentang pentingnya branding dan promosi produknya untuk menarik pelanggan, disamping itu 80% UMKM yang terlibat pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merasa puas dan terbantu dengan adanya program ini, hal tersebut diukur dengan jawaban kuesioner yang disebarikan kepada 5 pelaku UMKM yang terlibat pada kegiatan ini. Hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan para pelaku UMKM tersebut bahwa kunjungan dari pelanggan meningkat setelah dibuatkannya banner dari usahanya.



**Gambar 3.**

Pembuatan Katalog Produk dan Banner UMKM Beauty Make Up



**Gambar 4.**

Pembuatan Menu UMKM Mie Ayam

## **KESIMPULAN**

Kegiatan ini dapat membantu kesadaran UMKM saja untuk bagaimana caranya menarik perhatian pelanggan maupun calon pelanggan, kedepannya tidak hanya terbatas dengan 5 UMKM saja yang dibina melainkan dapat menjangkau lebih banyak UMKM yang dapat dilibatkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah, H. (2018). Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion*, 1, 9–22. <https://doi.org/10.33648/ijoaser.v1i1.2>
- Wirakanda, G., Pringgabayu, D., & Widyana, S. (2021). How Sales Promotion Can Effect On Consumer's Purchase Decisions. *Advanced International Journal of Banking, Accounting and Finance*, 3, 59–71. <https://doi.org/10.35631/AIJBAF.37005>  
<https://www.bps.go.id/> diakses pada tanggal 25 Juli 2023