

## PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI UMKM ROLLY DI NGANJUK JAWA TIMUR

**Mitsal Syuaib Lohy, Nova Kristiana**

Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya  
mitsal.19034@mhs.unesa.ac.id.

Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya  
novakristiana@unesa.ac.id

### *Abstrak*

Salah satu UMKM bergerak di bidang *food & beverage* yaitu UMKM Rolly berdiri Pada tahun 1997 UMKM *Catering Rolly & Egg Roll* resmi didirikan oleh pemiliknya oleh ibu Marsriana. Selama ini mereka mempromosikan produknya ke sekitaran masyarakat Ganungkidul. Dalam media promosinya UMKM Rolly hanya mengandalkan kartu nama dan banner sebagai media promosinya dimana kedua media ini tidak memiliki jangkauan yang luas dan juga lokasi UMKM Rolly tidak mudah dijangkau di tengah kota membuat media banner dan kartu nama tidak cukup efektif dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas. Terdapat dua teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu melalui wawancara dan observasi. Metode analisa yang digunakan adalah analisis SWOT dan USP. Perancangan Konsep desain menggunakan banner dan poster A4 dengan memanfaatkan ilustrasi *vector* dan warna yang disesuaikan dengan target audiens yaitu Wanita umur 24-48 tahun. Dalam pembuatan strategi promosi untuk UMKM Rolly menghasilkan perancangan media promosi berupa banner, X-Banner, totebag, kalender, poster A4, mug dan *trifold*. Media promosi yang dilakukan menggunakan kalimat promosi sesuai target audiens yang dituju agar promosi dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Hasil review menurut pemilik UMKM Rolly pembuatan banner sudah bagus dan memuaskan, pembuatan desain poster sudah cukup bagus, desain mug juga terlihat bagus, untuk totebag lebih baik diganti ke media paperbag agar lebih kokoh, untuk *trifold* sudah cukup bagus walau belum semua produk masuk, desain kalender sudah cukup bagus.

**Keywords:** UMKM;Promosi;Media

### *Abstract*

One of the SMEs engaged in the food & beverage sector, namely the UMKM Rolly, was founded in 1997, the MSME *Catering Rolly & Egg Roll* was officially founded by its owner, Mrs. Marsriana. So far, they have been promoting their products to the surrounding Ganungkidul community. In its promotional media, UMKM Rolly only relies on business cards and banners as its promotional media where these two media do not have a wide reach and also the location of UMKM Rolly is not easy to reach in the city center, making banner media and business cards not effective enough in reaching the wider community. There are two data collection techniques that are carried out, namely through interviews and observation. The analytical method used is SWOT and USP analysis. Design The design concept uses A4 banners and posters by utilizing vector illustrations and colors adapted to the target audience, namely women aged 24-48 years. In making promotion strategies for MSMEs, Rolly produced promotional media designs in the form of banners, X-banners, tote bags, calendars, A4 posters, mugs and *trifolds*. Media promotions are carried out using promotional sentences according to the intended target audience so that promotions can cater to a wider range of consumers. The results of the review

according to the owner of UMKM Rolly making banners are good and satisfying, making poster designs is quite good, mug designs also look good, for tote bags it is better to change to paper bag media to make it more sturdy, for trifolds it is quite good even though not all products are included, the design calendar is pretty good.

**Keywords:** *UMKM;Promotion;Media*

## PENDAHULUAN

Usaha kecil adalah usaha produktif milik warga negara Indonesia, yang berbentuk badan usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki dengan kriteria memiliki modal usaha yang memiliki tolak ukur yang sudah ditentukan Bank Indonesia, (Aufar, 2014:9)). Di daerah Nganjuk sudah banyak menjamur UMKM yang menjual produk mulai dari makanan, *skincare*, konveksi dan lain-lain. Dengan banyaknya UMKM yang ada tentu membuat para konsumen memiliki pilihan terhadap produk apa yang mereka minati, tentunya banyak pertimbangan terhadap kualitas, kuantitas dan harga yang terjangkau sesuai target pasaran yang sudah ditentukan oleh para pelaku usaha. Salah satu UMKM bergerak di bidang *food & beverage* yaitu UMKM Rolly berdiri Pada tahun 1997 UMKM ketering roly & Egg Roll resmi didirikan oleh pemiliknya oleh ibu Marssriana, dimana UMKM ini sudah berdiri paling lama dan merupakan UMKM tertua dan ikonik dalam pembuatan egg roll yang memiliki cita rasa yang khas di kecamatan Nganjuk Jawa Timur yang terletak di kelurahan Ganung Kidul di Jl. Pandan No.24 Nganjuk. UMKM Rolly menyediakan berbagai varian makanan mulai dari makanan kering, makanan basah dan juga nasi box. Akan tetapi dari kategori menu tersebut ada beberapa yang menjadi menu utama atau disebut *Best Seller* dimana menu yang terdapat Egg roll, bikang ambon, Chiffon dan pastel selalu jadi menu makanan yang paling diminati oleh para konsumen.

Menu utama dan rasa yang khas tentunya menjadi hal yang sangat disayangkan apabila hanya sebatas promosi dari mulut ke mulut. promosi yang kurang membuat UMKM Rolly dalam segi penjualan kurang meluas. Promosi yang hanya terdapat banner di depan lokasi UMKM yang dapat terlihat saat melintas di sekitaran lokasi UMKM Rolly berada tentunya hanya diketahui oleh masyarakat yang melintas di area UMKM Rolly ini berada. Dalam media promosinya UMKM Rolly hanya mengandalkan kartu nama dan banner sebagai media promosinya dimana kedua media ini tidak memiliki jangkauan yang luas dan juga lokasi UMKM Rolly tidak terletak pada pusat kesibukan dan juga tidak mudah dijangkau di tengah kota membuat media banner dan kartu nama tidak cukup efektif dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas. Hal tersebut dikarenakan Kurangnya pengetahuan pemilik UMKM terhadap pentingnya desain sebagai media promosi untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas dan lokasi UMKM Rolly tidak mudah dijangkau di tengah kota. Dari semua itu banyak kebutuhan promosi di UMKM Rolly yang perlu dibuat, ditambah juga tidak adanya yang mengurus dan mengelola media promosi yang diperlukan agar memudahkan pemilik UMKM dalam menyebarkan produk yang mereka miliki. Permasalahan ini yang membuat penulis membentuk suatu perancangan dengan konsep yang jelas, dari itu yang akan menjadi suatu media untuk mempromosikan UMKM Rolly.



Gambar 1. Banner lama UMKM Rolly  
(Sumber : Lohy ,2023)



Gambar 2. Kartu nama lama UMKM Rolly  
(Sumber : Lohy, 2023)

## KERANGKA TEORETIS

### Strategi Promosi Bagi UMKM Bidang Kuliner

Menurut Daryanto (2011:85), strategi promosi merupakan strategi untuk memperoleh target yang diinginkan dari suatu bisnis. Strategi promosi untuk UMKM di bidang kuliner membutuhkan dalam memahami target pasar yang akan dituju agar bisa menjangkau target pasar yang diinginkan. Dengan memahami segmentasi pasar yang dituju, memberikan kesempatan pada UMKM untuk merancang strategi promosi yang lebih sesuai dan efektif. Menentukan pesan sebagai pendukung kegiatan promosi yang dimana pesan disesuaikan dengan target pasar yang telah ditentukan, pesan promosi yang bersifat mengajak, merayu dan mengingatkan pada sebuah produk agar menjangkau konsumen yang lebih luas. Hasil promosi yang dilakukan perlu untuk di amati dan ditelaah Kembali, tujuannya agar dapat menyesuaikan Kembali strategi promosi yang ada sesuai perkembangan zaman.

### Media Promosi Bagi UMKM Bidang Kuliner

Media promosi merupakan sarana untuk menyebarkan promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian serta menghasilkan keuntungan dari konsumen (Fisherman, 2019). Media promosi penting untuk dimiliki pada sebuah UMKM sebagai wadah untuk mempromosikan produk yang ada, agar menjangkau konsumen yang lebih luas dengan menentukan media promosi yang tepat sesuai kebutuhan UMKM. Dalam memilih media promosi yang tepat UMKM perlu untuk melihat target pasar yang dituju dan tujuan promosi yang ingin dicapai. Media promosi secara online melalui media sosial sudah sangat populer dan efektif untuk saat ini, karena promosi melalui media sosial dapat menghubungkan UMKM dengan calon pembeli potensial.

## METODE PERANCANGAN

Menurut Sugiyono (2019), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber dan berbagai cara. Terdapat dua teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu melalui wawancara dan observasi dengan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer melalui Wawancara tertuju pada latar belakang berdirinya UMKM Rolly, Media promosi yang digunakan, produk unggulan, serta target pasar UMKM Rolly. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana Responden berasal dari UMKM Rolly yaitu ibu Marsriana selaku pemilik UMKM, harapannya untuk memahami apa saja permasalahan yang ada di UMKM Rolly serta kebutuhan Desain yang diperlukan. Pengumpulan data juga dilakukan melalui Observasi dengan melakukan pengamatan langsung di UMKM Rolly untuk mengetahui kondisi yang semestinya dan agar mengetahui secara tepat media yang

akan digunakan sebagai promosi UMKM Rolly agar tepat sasaran dan dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Selanjutnya terdapat pengumpulan data sekunder dengan internet dan dokumentasi. Dengan internet peneliti melakukan pengumpulan data terkait referensi desain dan media promosi yang tepat untuk UMKM Rolly. Referensi desain yang diperoleh melalui Pinterest, behance dan juga freepik. Pengumpulan data melalui dokumentasi berupa catatan dan foto-foto yang diambil di UMKM Rolly.

Analisis data menggunakan analisis SWOT dan USP. Pada analisis SWOT bertujuan untuk mengevaluasi kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam menentukan suatu strategi bisnis atau sebagai evaluasi lini-lini terhadap produk sendiri maupun kompetitor. Analisis USP juga penting dimiliki suatu usaha sebagai nilai jual lebih. Menurut Wijayanti (2017:64-65) *Unique Selling Proposition* adalah alasan bahwa produk tersebut memiliki nilai unik yang membuat suatu brand dapat terlihat lebih unggul dari kompetitor lain. Setelah itu lanjut kepada tahap konsep kreatif yang mempertimbangkan konsep visual dan verbal. Konsep visual meliputi warna, font, gaya desain dan layout yang digunakan serta konsep verbal yang berisikan kalimat promosi sesuai target audiens yang dituju. Dilanjutkan dengan menentukan konsep media yang akan diterapkan nantinya sesuai kebutuhan UMKM Rolly. Setelah itu masuk kepada tahap visualisasi digital dengan melalui tahap evaluasi melalui pemilik UMKM Rolly. Desain final yang sudah melalui tahap evaluasi sudah siap untuk dipromosikan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Identifikasi Data**

UMKM Rolly merupakan usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM yang bergerak di bidang makanan dengan pendiri UMKM Rolly bernama ibu Marsriana, UMKM Rolly berdiri pada tahun 1997 yang terletak di Jl. Pandan No. 24 di kelurahan Ganungkidul, Nganjuk. Latar belakang berdirinya UMKM Rolly adalah karena ibu Marsriana selaku pemilik UMKM Rolly pada tahun 1997 sedang berusaha untuk mencari tambahan ekonomi untuk membuat kue dengan mengikuti pelatihan di Jogja untuk pelatihan pembuatan egg roll. Pada tahun 1997 UMKM Rolly resmi didirikan oleh ibu Marsriana sebagai tempat untuk mencari tambahan ekonomi, yang kemudian pada tahun 2010 ikut bergabung dengan disperindag disitu mulai dipasarkan dan perlahan-lahan difasilitasi ijin-ijin dari PIRT, merk dan juga status halal.

UMKM Rolly menjadi andalan para konsumen yang berasal dari daerah Nganjuk khususnya GanungKidul dalam mencari makanan ringan dan nasi box yang dimiliki UMKM tersebut dengan ciri khas kuat pada produk egg roll yang memiliki cita rasa yang khas.

### **b. Analisis**

UMKM Rolly menjadi andalan para konsumen yang berasal dari daerah Nganjuk khususnya GanungKidul dalam mencari makanan ringan dan nasi box yang dimiliki UMKM tersebut. Namun, UMKM Rolly memiliki kompetitor yang terletak di wilayah yang sama di daerah Nganjuk yaitu Pawon Yu'ne .

Pawon Yu'ne sudah berdiri sejak tahun 2020 yang didirikan oleh Ibu Marliyan selaku pemilik UMKM. Pawon Yu'ne memproduksi makanan Italian Food dan Indonesian Food yang menyediakan berbagai macam *varian* makanan olahan *homemade* sama halnya seperti UMKM Rolly yang juga

menyediakan makanan olahan *homemade* serta nasi box . makanan yang tersedia di Pawon Yu’ne mulai dari makanan ringan seperti donat, pie buah, pukis dan lain-lain serta tersedia nasi box, nasi bento dan nasi tumpeng yang memiliki kisaran harga Rp.7.000-Rp.25.000. dari semua menu makanan yang tersedia Pawon Yu’ne memiliki *best seller* yaitu pizza, makaroni skutel, dan Dimsum, yang dimana pesanan dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen yaitu menggunakan sistem pesanan *by request* yang menyediakan pesanan sesuai permintaan konsumen. Sistem pemesanan ini sama halnya dengan UMKM Rolly yang juga menggunakan sistem *by request*.

Berikut adalah analisis SWOT dan USP UMKM Rolly :

1. *Strength* (Kekuatan)

UMKM Rolly sudah terlebih dahulu berdiri daripada Pawon Yu’ne dan pada UMKM Rolly memiliki kartu nama sebagai pemberi informasi pada konsumen sedangkan pawon Yu’ne tidak memiliki kartu nama. UMKM Rolly memiliki bahan baku yang mudah didapat dan memiliki harga terjangkau pada produknya dengan mempertahankan cita rasa yang khas terutama pada produk egg rollnya. UMKM Rolly lebih dikenal daripada Pawon Yu’ne karena sudah terlebih dahulu berdiri.

2. *Weakness* (kelemahan)

Kemasan yang digunakan cenderung biasa saja dan kurangnya media promosi UMKM Rolly yang hanya melalui WhatsApp daripada Pawon Yu’ne yang berupa Instagram dan WhatsApp. UMKM Rolly memiliki Variasi menu banyak dan belum ada buku menu (tidak konsisten). Kurangnya identitas pada produk UMKM Rolly sedangkan di daerah Nganjuk sudah banyak yang menjual kue basah.

3. *Opportunity* (peluang)

Menjelang hari/acara besar, pemesanan egg roll di UMKM Rolly meningkat dimana pemesanan juga dapat sesuai keinginan. Masyarakat sudah melekat dengan citra rasa kue basah dan egg roll milik owner Rolly sehingga mudah membedakan kue yang bukan buatan owner dan orang lain.

4. *Threat* (ancaman)

Banyak masyarakat Nganjuk yang juga berjualan kue basah.

Dari data analisis SWOT yang sudah dijabarkan dapat disimpulkan bahwa *Unique Selling Proposition* UMKM Rolly ini adalah merupakan UMKM tertua yang sudah berdiri lama sejak tahun 1997 dan memiliki nama yang secara tidak langsung merupakan pengembangan nama dari produk egg roll yang memiliki cita rasa yang khas, dimana ini sangat mempermudah konsumen dalam membedakan produk egg roll yang berasal dari UMKM Rolly atau tidak. walaupun memiliki rasa yang lezat dan harga yang murah produk makanan di UMKM Rolly tetap mempertahankan kualitas produknya. Pesanan yang dapat menyesuaikan keinginan konsumen dengan banyak variasi menu makanan dalam satu pesanan serta memiliki penjualan khusus di hari-hari besar contohnya hari raya idul fitri, idul adha, dan lain lain.

**c. Konsep Perancangan Karya**

Tujuan melakukan perancangan media promosi banner dan poster A4 adalah sebagai media promosi UMKM Rolly untuk memudahkan para konsumen dan calon konsumen untuk mengetahui lokasi UMKM Rolly ini berada dan memperluas promosi produk-produk UMKM Rolly. pemilihan warna dominasi coklat agar memberikan kesan hangat, nyaman dan aman mengingat produk UMKM Rolly adalah olahan rumahan. terdapat penambahan foto produk yang ada dengan *highlight* produk unggulan di UMKM Rolly ini, agar dapat meningkatkan minat para audiens yang melintas di depan

lokasi UMKM Rolly. poster A4 berbentuk digital yang diupload di status Whatsapp pemilik UMKM Rolly agar lebih dekat dengan konsumen online.

### 1. Target Audiens

Target audiens UMKM Rolly tertuju kepada masyarakat daerah Nganjuk dan sekitarnya dengan gender Wanita yang berumur 24-48 tahun dengan memiliki kebiasaan mencari produk berkualitas dengan harga murah untuk diberikan kepada keluarga, ibu-ibu yang menyukai variasi makanan yang banyak untuk hidangan keluarga, remaja dan ibu rumah tangga yang membutuhkan makanan praktis dan siap saji. Yang memiliki sifat terbiasa membeli dari rekomendasi teman atau rekan kerja, pembelian berdasarkan acara atau pertemuan dalam jumlah besar.

### 2. Isi pesan

Isi pesan yang ada terdapat kalimat promosi ditujukan kepada ibu-ibu yang dekat dengan keluarga, lalu juga terdapat informasi bahwa UMKM Rolly memiliki variasi makanan yang beragam. Terdapat juga informasi harga dan foto produk makanan yang ada di UMKM Rolly.

### 3. Teknik Visual

Teknik visual yang digunakan dalam pembuatan desain poster A4 dan Banner adalah menggunakan Teknik ilustrasi *vector* pada ilustrasi produk makanan di UMKM Rolly. Gaya desain yang diterapkan dengan menggunakan gaya desain ilustrasi *vector* karena dapat di ubah ukuran menjadi lebih besar tanpa mengurangi kualitas.

desain menggunakan layout rata tengah dengan beberapa rata kiri agar tidak terlihat monoton dan tidak kaku.

### 4. Warna

Menurut Wong (2017: 501), warna dapat didefinisikan secara objektif atau fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan dan secara subjektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indra pengamatan. Untuk warna menggunakan dominasi warna cokelat, pemilihan warna dominasi cokelat karena warna cokelat adalah salah satu warna yang mengandung unsur bumi. Dominasi warna ini akan memberi kesan hangat, nyaman dan aman. Secara psikologis warna coklat akan memberi kesan kuat dan dapat diandalkan. Warna ini melambangkan sebuah pondasi dan kekuatan hidup. Warna cokelat ini bisa melambangkan kehangatan, kenyamanan dan rasa aman saat berada di lingkungan keluarga dikarenakan target audiens lebih kepada Wanita khususnya ibu-ibu yang dekat dengan keluarga.



Gambar 3. Pallette Warna  
(Sumber : Lohy, 2023)

### 5. Tipografi

Pemilihan font untuk Poster A4 dan banner ini adalah font *poetsen one regular* karena font yang terlihat tidak kaku dan terlihat menarik serta penggunaan jenis font pada tulisan “UMKM Rolly” diberi ukuran yang besar dengan menggunakan font *feed text style effect* yang berbentuk 3D karena terlihat menarik dan mencolok. Penggunaan warna font yang digunakan adalah perpaduan warna putih dan cokelat.

### **ANJA ELIANE REGULAR**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

**Gambar 4.** Font Anja Eliane Regular  
(Sumber : Lohy, 2023)

### **MONTERRAT EXTRA BOLD**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

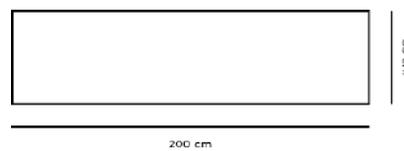
**Gambar 5.** Font Montserrat Extra Bold  
(Sumber : Lohy, 2023)



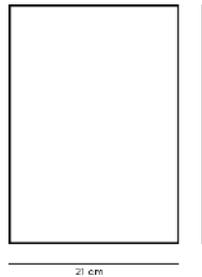
**Gambar 6.** Font Feed Text Style Effect  
(Sumber : Lohy, 2023)

## **6. Konsep Media**

Media yang terdapat di UMKM Rolly memiliki 2 media yaitu melalui media banner dan juga poster A4. Media poster A4 ini merupakan poster A4 berbentuk digital berisikan promosi produk-produk unggulan di UMKM Rolly yang di upload di status *WhatsApp* karena kebanyakan konsumen UMKM Rolly menyimpan nomor *WhatsApp* pemilik UMKM Rolly untuk bisa bertransaksi secara online. Media lainnya juga terdapat banner yang berisikan informasi UMKM Rolly terkait alamat, kontak pemesanan, foto produk, kalimat promosi dan lain-lain yang di pasang di depan lokasi UMKM Rolly ini berada agar dapat terlihat oleh para audiens yang melintas di depan lokasi. Desain banner yang ditampilkan dibuat menarik dan dapat terlihat jelas infromasinya agar audiens dan konsumen dapat mudah melihat dari kejauhan yang dimana media ini dapat menjadi media promosi pertama yang dilihat audiens.



**Gambar 7.** Ukuran Banner  
(Sumber : Lohy, 2023)



**Gambar 8.** Ukuran Poster A4  
(Sumber : Lohy, 2023)

#### d. Hasil Karya

##### 1. Media Utama

Spesifikasi Karya Banner berjudul “Banner UMKM Rolly” yang menggunakan bahan *frontlite* laminasi *glossy* 340 dengan ukuran 200x80 cm.



**Gambar 9.** Banner Rolly  
(Sumber : Lohy, 2023)

Desain banner UMKM Rolly menampilkan latar belakang dengan dominasi warna cokelat yang menciptakan suasana hangat dan menyenangkan terdapat tulisan “Rolly” yang dibuat lebih besar ukurannya. tulisan “catering” ini sebagai penanda bahwa UMKM Rolly menyediakan berbagai olahan catering makanan. terdapat sertifikasi usaha di sebelah kiri bawah yang menandakan produk halal, memiliki perizinan produksi makanan skala rumahan dan 100% Indonesia. Terdapat fotografi produk UMKM Rolly di sebelah kanan dan kiri yang memiliki *highlight* pada produk unggulan yaitu chiffon, bikang ambon dan egg roll. Produk egg roll dibuat lebih besar dan memiliki mahkota sebagai penanda produk yang paling laris dari 3 menu unggulan UMKM Rolly ini. Layout dibuat berfokus pada bagian tengah yang terdapat *contact us* yang berisi nomor Whatsapp pemilik, alamat usaha dan nama pemilik usaha. warna font menggunakan perpaduan warna putih dan cokelat.

Spesifikasi karya Poster yang berjudul “Poster A4 WhatsApp” yang memiliki bahan *Art Paper* 150g dengan ukuran 21x29,7 cm.



Gambar 10. Poster A4 Rolly (Sumber : Lohy, 2023)

Poster A4 Whatsapp ini merupakan poster bentuk digital yang promosikan melalui status WhatsApp pemilik UMKM Rolly. Desain yang ditampilkan memiliki visual dengan pendekatan keluarga yang memberikan ilustrasi *Vector* berupa meja makan dengan alas nya yang dimana terdapat 3 produk unggulan UMKM Rolly yang highlight terdapat pada produk egg roll nya yang juga menyesuaikan kalimat yang lebih kepada target audiens yaitu ibu-ibu yang dekat dengan terdapat kalimat promosi yang mengajak para audiens untuk mencoba membeli produk dari UMKM Rolly agar tidak penasaran. Font berwarna kuning dan putih dengan list hitam agar terlihat lebih jelas. warna yang digunakan menggunakan dominasi warna cokelat dengan warna. Layout dibuat lebih variatif dengan ada yang bagian tengah dan rata kiri serta visualisasi meja makan dibuat agak terpotong ke arah kanan agar terlihat tidak monoton.

## 2. Media Pendukung



Gambar 11. Trifold Rolly (Sumber : Lohy, 2023)



Gambar 12. Kalender 2023 Rolly (Sumber : Lohy, 2023)

Pada desain kalender UMKM Rolly tahun 2023 terdapat 4 bagian yaitu cover dan 3 halaman yang berisikan nama hari, tanggal, serta perayaan hari khusus di setiap bulannya dan setiap bulannya diberikan tampilan visual dari ilustrasi *vector* pada kue yang tersedia di UMKM Rolly. warna yang

digunakan dominasi coklat dan layout yang digunakan adalah rata kiri dan kanan dengan dibagian bawah terdapat kalimat promosi produk UMKM Rolly beserta foto produk *best seller* nya. font yang digunakan pada desain kalender ini adalah font *Anja Eliane*, *lena Regular*, font 3D *feed text effect* pada tulisan Rolly yang berukuran besar dan font *poetsen one*.

Desain trifold berisi daftar makanan, harga dan foto produk yang memiliki warna dominasi coklat dengan layout rata kiri dan kanan pada bagian dalam dan rata tengah pada bagian luar. Terdapat kalimat promosi dan penambahan ilustrasi *vector* pada bagian depan yang menunjukkan 3 menu *best seller* di UMKM Rolly. Jenis font yang digunakan pada desain trifold ini adalah font *poetsen one*, *lena Regular*, font 3D *feed text effect* pada tulisan Rolly yang berukuran besar.



**Gambar 13.** Mug Rolly  
(Sumber : Lohy, 2023)



**Gambar 14.** X-Banner Rolly  
(Sumber : Lohy, 2023)



**Gambar 15.** Totebag Rolly  
(Sumber : Lohy, 2023)

Pada desain mug dan totebag sebagai *merchandise* di setiap pembelian produk UMKM Rolly memiliki dominasi warna coklat dimana pada media totebag memiliki background persegi berwarna coklat. Desain totebag dan mug terdapat ilustrasi *vector* 3 produk *best seller* yang terdapat di UMKM Rolly yaitu chiffon, biskuit ambon dan egg roll. penggunaan layout dibuat rata tengah disertai kalimat promosi sesuai target audiens yang dituju. Font yang digunakan dalam perancangan totebag ini adalah font *Anja Eliane* dan font 3D *feed text effect* pada tulisan Rolly yang berukuran besar. Selanjutnya terdapat desain X-banner dengan dominasi warna coklat dengan memiliki layout rata tengah agar terlihat rapi. Terdapat ilustrasi *vector* berupa meja makan disertai produk-produk yang ada di UMKM Rolly dengan *highlight* 3 produk *best seller* UMKM Rolly dilengkapi dengan kalimat promosi sesuai target audiens yang dituju. Font yang digunakan adalah font *Anja Eliane*, font 3D *feed text effect* pada tulisan Rolly yang berukuran besar dan font *poetsen one*.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian yang terdapat pada pembahasan bab-bab yang dipelajari dapat diterima ilmu dalam merancang suatu strategi promosi dalam sebuah usaha dengan memikirkan target pasar dan menentukan media promosi yang akan di gunakan. Pada konsep desain yang ditampilkan pada media promosi UMKM Rolly adalah menggunakan warna yang terkesan hangat dan nyaman yang menghubungkan terhadap nuansa keluarga yang hangat dan nyaman sesuai target audiens serta media promosi yang dapat mengajak, merayu dan mengingatkan keunggulan yang terdapat di UMKM Rolly.

Pada tahap pengerjaan desain yang melalui pengumpulan data-data terkait UMKM Rolly seperti target audiens, media promosi, foto produk dan lain-lain Bersama pemilik UMKM Rolly. data yang

sudah terkumpul lalu di proses lebih lanjut terkait penentuan aset desain yang akan digunakan sesuai hasil riset, kemudian melakukan pada tahap pengerjaan karya sesuai dengan media promosi yang digunakan. Setelah itu melakukan diskusi lebih lanjut kepada pemilik UMKM Rolly terkait desain yang sudah jadi. Desain yang secara keseluruhan sudah mencapai final dapat untuk diaplikasikan pada media promosi yang digunakan untuk di didistribusikan.

Desain yang dibuat memiliki ilustrasi *vector* pada beberapa makanan yang terdapat di UMKM Rolly ini dengan memberikan desain yang menarik dan penggunaan kalimat promosi yang menggunakan pendekatan pada keluarga sesuai dengan target audiens. Warna ditampilkan terkesan hangat dan nyaman serta penambahan ornament penghias agar memberikan kesan menyenangkan. Hasil dari perancangan strategi promosi UMKM Rolly di kelurahan Ganungkidul Nganjuk ini berupa pembuatan banner, X-banner, trifold, kalender, totebag dengan menggunakan warna dan desain yang sama dengan pengembangan desain di setiap mediana.

Dalam melakukan sesuatu hal jangan pernah takut untuk mencoba karena dengan mencoba kita dapat belajar banyak hal dan agar kita tidak mengulangi kesalahan yang sama karena lebih baik berani berbuat walaupun salah daripada tidak melakukan Langkah apapun.

Saran untuk pemilik UMKM Rolly untuk terus berinovasi pada media promosi dan memaksimalkan media promosi online agar mampu bersaing di era yang serba digital ini. Semoga dalam perancangan strategi promosi yang dilakukan ini dapat memperluas jangkauan promosi di UMKM Rolly dan dapat menambah nilai jual produk serta menarik perhatian calon konsumen yang tadinya tidak mengenal menjadi kenal.

## REFERENSI

- Ekonomi, G. (2022). *Promosi Adalah*. Sarjanaekonomi.Co.Id. <https://sarjanaekonomi.co.id/promosi/>
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *濟無No Title No Title No Title*. 8–24.
- Fairus. F. (2020). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Febrian, A. I., & Aryanto, H. (2022). Perancangan Media Promosi Nanistika Homemade Bakery. *Jurnal Barik*, 3(3), 208–220. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Ii, B. A. B. (2001). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Media Promosi 2.1.1 Definisi Media*. 6–15. <http://elib.unikom.ac.id>
- Jeklin, A. (2016). *Pemahaman Tentang Media Massa*. July, 1–23.
- Lasambouw, G. W. (2020). PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI KEDAI KOPI MONDAY MORNING BINTARO. *Telkom University*, 1–70.
- Natya, A., Bangsa, P. G., Seni, I., Yogyakarta, I., Parangtritis, J., & Adhyatma, M. K. (2014). *PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MUSEUM KESEHATAN DR . ADHYATMA , MPH SURABAYA Abstrak Pendahuluan*. 1–12.
- Prameswari, G. (2021). *Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi dan Contohnya*. Www.Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/21/132024669/tipografi->

pengertian-elemen-fungsi-klasifikasi-dan-contohnya?page=all#:~:text=Mengutip dari buku Pengantar Tipografi,serta merasa nyaman ketika membacanya.

- Purga, R. (2020). *Strategi Promosi UMKM Di Masa Pandemic Covid-19*. 1(1), 105–110. <https://doi.org/10.374/jadkes.v1n1.1302>
- Rangkuty, F. (2011). Bab Ii Landasan Teori Pengertian Analisis Swot. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 13–31. [http://etheses.iainkediri.ac.id/40/3/BAB II.pdf](http://etheses.iainkediri.ac.id/40/3/BAB%20II.pdf)
- Saputra, R. A. (2015). *PERANCANGAN MEDIA DESAIN MAJALAH PENUNJANG INFORMASI DAN PROMOSIPADA CV. SANGGAR RIAS MAMIK*. <https://widuri.raharja.info/index.php?title=SI1121469963>
- Cruz, A. P. S. (2013). Jenis Jenis Tipografi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 15–38.
- Ismi, N. (2012). *Upaya Pengenalan Warna Melalui Praktik Langsung Di Tk Aba Purwodiningratan Yogyakarta*. 17–19.
- Natalia, D., & Nurfebrianing, S. (2020). Analisis Tahapan Strategi Kreatif Dan Strategi Kreatif Pesan Iklan Ankle Week Pada Instagram Kasual Periode Iklan 15 Juli - 29 Juli 2020. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 8872–8882.
- Reichenbach, A., Bringmann, A., Reader, E. E., Pournaras, C. J., Rungger-Brändle, E., Riva, C. E., Hardarson, S. H., Stefansson, E., Yard, W. N., Newman, E. A., & Holmes, D. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Rosmiati. (2019). *Meningkatkan Kemampuan Mengenal Warna Melalui Penggunaan Metode Discovery Pada Murid Tk Aisyiyah Bustanul Athfal Kecamatan Wolio Kota Baubau*. 53(9), 1689–1699.
- Marlina, R. (2013). *Pengaruh Merchandise, Retail Service Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Iin Swalayan Cabang Jln. Soekarno Hatta Pekanbaru*. 135.
- Tjiptono, F. (2013). Strategi Pemasaran Edisi 4, Diterbitkan Oleh Andi. *Social Responsibility Journal*, 11(3), 73.