

PELATIHAN DESAIN PRODUK INDUSTRI *CREATIVE CARD* DENGAN MEDIA DIGITAL DI DESA KEROBOKAN KAJA KABUPATEN BADUNG PROVINSI BALI

I Gusti Agung Sri Rwa Jayantini¹, Ida Ayu Mela Tustiawati², I Gde Agoes Caskara Surya Putra³, Ni Kadek Ayu Rina Dwi Cahyanti⁴

^{1,2,3,4}Universitas Mahasaraswati Denpasar
agung_srijayantini@unmas.ac.id¹, mela.tustiawati@unmas.ac.id²,
ajuscaskara@unmas.ac.id³, ayurinadwi@gmail.com⁴

Abstrak: This community service program centers on the activities of empowering youth groups in response to the COVID-19 pandemic's impacts on economy. It is intended to target those experiencing the loss of job due to company's manpower reduction. The program is specifically conducted to the youth group in the village of Kerobokan Kaja, which is located in Badung regency, Bali province. The focus of activities is on the training of making digital design for the products that the participants want to sell and to widen the youth group's knowledge on the features of online marketing. The participants were involved in the activity of both online meeting and face to face consultation with the strict health protocols since the program was conducted during the pandemic time. The method applied here was the combination of presentation, tutorial, discussion and practice. They joined actively in the sharing of tips and tricks to make digital designs using Canva application and in the discussion of marketing strategies in the marketplace. Despite the limited access of interaction due to the pandemic, the program had given a significant contribution to the participants because they could apply their new knowledge as the alternative to get income when experiencing the loss of their job.

Kata kunci: community service program, digital design, online marketing

PENDAHULUAN

Selama satu tahun terakhir COVID-19 sudah menjadi isu global. Oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) status virus Corona ditetapkan sebagai pandemi global, seluruh aspek kehidupan termasuk ekonomi terdampak sangat hebat. Perubahan dan penyesuaian telah ditetapkan secara menyeluruh di berbagai negara agar penyebaran virus dapat dicegah (World Health Organization, 2020) yang diikuti dengan berbagai masalah di banyak negara di dunia (Valerisha & Putra, 2020). Perubahan tatanan ekonomi yang terjadi mengakibatkan terhambatnya berbagai bidang usaha. Salah satu contohnya adalah banyak pebisnis yang terancam bangkrut dan akhirnya harus melakukan pemutusan hak kerja (PHK) terhadap karyawan mereka (Meilianna & Purba, 2020). Selain itu, munculnya COVID-19 juga sangat berdampak pada bidang pariwisata, terutama di Bali sebagai daerah tujuan wisata (van der Ploeg, 2020). Sebagian besar penduduk di Bali bekerja di bidang pariwisata dan penghasilan pokok berasal dari sektor ini. Banyak masyarakat yang terkena dampak, salah satunya adalah karyawan atau pekerja di bidang pariwisata yang harus dirumahkan, bahkan mengalami pemutusan hak kerja (PHK).

Sebagai bagian dari kepedulian di masa pandemi, kegiatan pengabdian kepada masyarakat perlu diadakan untuk mengantisipasi banyaknya masalah sosial yang terjadi di tengah masyarakat, baik yang menyangkut perekonomian (Jayantini, Sulatra, Candra, & Ariyaningsih, 2020; Nuraini & Susilowati, 2021; Yulius, 2020; Rohmah, Rahmadi, & Sagen, 2021) juga pengelolaan masalah dari segi psikologis sebagai respon terhadap dampak sosial pandemi (Pesau & Panglewai, 2021). Melihat banyaknya pemuda yang masih dalam usia produktif kehilangan pekerjaan di bidang pariwisata di provinsi Bali, kegiatan yang dapat memberi solusi dan pendampingan untuk menjadikan mereka lebih kreatif di usia produktif perlu diadakan. Kegiatan pengabdian ini ditujukan bagi sejumlah pemuda yang menjadi anggota *sekeha teruna teruni* (kelompok pemuda) yang tinggal di daerah wisata di Bali yaitu pantai Kuta. Kegiatan pendampingan ini ditujukan agar

membuat mereka tetap produktif di masa pandemi. Program diadakan untuk membangkitkan semangat kelompok pemuda di lingkungan Desa Kerobokan Kaja, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Tim pengabdian melaksanakan observasi kepada enam orang pemuda yang ada di Desa Kerobokan Kaja. Latar belakang mitra sebagian besar adalah karyawan sebuah instansi di bidang pariwisata dan karyawan toko yang sedang dirumahkan.

Pembatasan aktivitas di luar rumah ini mengakibatkan mitra yang sedang dirumahkan atau tidak bekerja menjadi tak lagi produktif sehingga mengalami penurunan dalam perekonomian yang nantinya dapat berakibat pada psikologisnya. Dengan adanya pembatasan aktivitas di luar rumah juga menjadi hambatan untuk mitra dalam mencari pekerjaan baru, sebab banyak instansi sedang melakukan pengurangan karyawan. Kegiatan bersifat pendampingan yang kreatif dan sesuai dengan usia mereka perlu diberikan seperti kegiatan untuk melakukan pembuatan produk yang dapat dipasarkan. Upaya pendampingan seperti ini dapat dilaksanakan dengan mengadopsi berbagai program pengabdian yang berfokus pada pendampingan, misalnya yang bertujuan juga memberikan pendampingan dalam bidang pendidikan agar para orang tua yang mendampingi anak-anak di masa pandemi mengetahui cara strategis untuk memperhatikan anak-anak mereka (Zulfitria, 2020).

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, ditemukan permasalahan yang dihadapi oleh mitra di lingkungan Desa Kerobokan Kaja akibat COVID-19 yaitu penurunan ekonomi dan kurangnya produktivitas dari mitra. Banyak kantor atau perusahaan atau instansi di berbagai bidang usaha yang melakukan pengurangan tenaga kerja. Sehingga mitra sebagai karyawan atau pekerja terpaksa dirumahkan dan juga beberapa ada yang diberhentikan hak kerjanya. Dengan adanya pengurangan tenaga kerja secara otomatis lapangan kerja juga ikut berkurang. Maka dari itu, mitra yang biasanya bekerja menjadi tidak produktif sejak dirumahkan. Situasi yang tak kunjung membaik ini menimbulkan keresahan bagi mitra. Sehingga mengakibatkan tidak adanya penghasilan yang dihasilkan dan menghambat roda perekonomian mitra. Adanya pembatasan kegiatan di luar rumah juga menjadi hambatan bagi mitra untuk mendapatkan peluang kerja baru. Untuk itu diperlukan suatu upaya pendampingan yang bersifat dekat dengan keseharian mereka, termasuk memperdalam manfaat media digital dan memanfaatkan media sosial yang mereka miliki karena perannya yang cukup besar bagi proses interaksi sosial para mitra yang masih tergolong sebagai pemuda usia produktif (Mayuni, Gelgel & Pascarani, 2017).

Tim juga dapat membuat klasifikasi permasalahan yang dihadapi oleh keenam pemuda di Desa Kerobokan Kaja yakni perekonomian yang semakin menurun setelah adanya pembatasan karyawan yang masuk kerja sehingga keenam anggota kelompok pemuda ini menjadi fokus dari kegiatan ini. Mereka diharapkan dapat merasakan manfaat dan bangkit dari keadaan tanpa pekerjaan akibat pemutusan hubungan kerja. Selain itu, munculnya kebijakan baru dari pemerintah mengakibatkan kegiatan di luar rumah sangat dibatasi dan segala hal harus dilakukan dari rumah sehingga masyarakat merasa semakin sulit untuk bertahan di situasi seperti ini. Berdasarkan penelusuran yang dilaksanakan tim melalui wawancara secara langsung kepada mitra, mereka juga merasakan keresahan akan situasi yang terjadi.

Terkait masalah yang dihadapi kelompok pemuda dalam usia produktif, mengetahui bahwa pemuda dapat diberdayakan adalah sesuatu yang penting sebagai acuan desain program pengabdian kepada masyarakat ini. Salah satu aspek penunjang kemajuan sebuah daerah adalah kemampuan pemuda di daerah tersebut. Pemuda dianggap memiliki semangat juang yang lebih gigih untuk perubahan yang lebih baik. Syamsudin dalam

Wibawa (2013) menjelaskan bahwa pada dasarnya karakter pemuda adalah dinamis, berani mencoba hal baru, walaupun terkadang tanpa perhitungan dan memiliki kondisi fisik yang lebih baik yang membuat pentingnya peran pemuda dalam menentukan perubahan situasi di masyarakat. Dengan ketidakpastian situasi di masyarakat karena wabah virus Corona, maka salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk menata kembali situasi ini adalah dengan memberdayakan pemuda yang dimiliki di daerah masing-masing.

Bercermin dari sejarah bangsa maka bisa dilihat bahwa pemuda memiliki peranan yang sangat penting pada saat bangsa ini mengalami situasi krisis. (Checkoway & Gutiérrez, 2012) menjelaskan bahwa pemuda adalah agen perubahan dimana dengan memperkuat partisipasi pemuda maka perkembangan secara sosial dan juga secara lembaga institusional akan terbangun dengan baik yang pada akhirnya akan membuat perubahan di lingkungan tempat mereka berada. Dengan demikian pendampingan yang kuat dan membangun perlu digalakkan agar bisa mengarahkan potensi-potensi yang dimiliki oleh pemuda-pemuda Indonesia terutama di masa pandemi ini. Hal ini sebenarnya sudah diperkuat dengan adanya Undang-undang khusus mengenai kepemudaan yaitu Undang-undang No 40 Tentang Kepemudaan. Salah satu hal yang bisa diambil dari Undang-Undang ini adalah pentingnya pemberdayaan pemuda dalam menunjang kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara melalui peran aktif pemuda sesuai dengan potensi yang dimiliki. Pemuda diharapkan lebih mampu mengelola potensi yang mereka miliki dan juga lebih mandiri sehingga mampu memberikan jalan untuk menangani tantangan yang dihadapi bukan saja untuk mereka sendiri tetapi juga untuk masyarakat lainnya.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disesuaikan dengan kondisi yang dialami para mitra, yaitu kehilangan penghasilan semasa pandemi karena perusahaan tempatnya bekerja melakukan pengurangan karyawan. Hal utama yang menjadi pemikiran dalam kegiatan ini adalah upaya membantu mitra agar mendapat jalan keluar dari kesulitan yang dialami selama ini. Selain itu latar belakang keadaan para mitra yang tinggal di sekitar wilayah pariwisata, membuat upaya mereka untuk berusaha secara luar jaringan (*luring*) masih akan terkendala mengingat penurunan kunjungan wisatawan di daerah Kuta yang sangat drastis. Didasari oleh latar belakang inilah, tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah (1) membantu mitra dalam mencari pendapatan alternatif untuk bisa bertahan dari dampak ekonomi dan kurangnya produktivitas selama pandemi, (2) mendampingi mitra untuk menambah kemampuannya mengenal dunia industri, (3) memberikan pelatihan pembuatan desain produk industri sehingga dapat layak dipasarkan secara *online*, dan (4) menambah pengetahuan mitra terhadap peluang pemasaran dengan mengetahui manfaat media digital.

METODE

Adapun metode pendekatan yang akan dilaksanakan dalam kegiatan program kerja, yaitu metode presentasi, metode tutorial, metode diskusi, dan metode praktik. Metode ini digunakan untuk melaksanakan kegiatan yang menyangkut enam orang anggota kelompok pemuda di Desa Kerobokan Kaja, Kabupaten Badung dengan kegiatan yang dilakukan pada dua hal utama yaitu (1) pelatihan pembuatan desain digital dengan aplikasi Canva, (2) pendampingan untuk pemasaran produk secara *online* di *marketplace* yang ada. Adapun masing-masing metode yang dilakukan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Metode Presentasi

Metode pembelajaran yang menampilkan atau menyampaikan informasi kepada orang lain dengan tujuan bermacam-macam seperti, mengungkapkan sesuatu, memengaruhi ataupun memberi pernyataan persuasif (Efiaty, 2011). Metode

presentasi ini akan digunakan saat pelatihan penggunaan aplikasi Canva serta edukasi pemasaran di media sosial atau *marketplace*. Hal ini bertujuan untuk memberi gambaran secara umum tentang pelatihan tersebut kepada masyarakat sasaran.

2. Metode Tutorial

Metode ini bertumpu pada proses pemberian bimbingan belajar kepada target yang ingin diberikan, dapat dalam bentuk komunikasi dan relasi formal dan informal. Metode ini akan digunakan saat memberikan kiat-kiat penggunaan aplikasi Canva dan strategi pemasaran yang berupa video tutorial yang akan dibagikan kepada masyarakat sasaran.

3. Metode Diskusi

Metode diskusi merupakan langkah untuk mendapatkan masukan dari para peserta kegiatan. Metode ini merupakan pertemuan berbentuk ilmiah untuk bertukar pikiran dalam mengelola suatu masalah. Metode ini adalah cara belajar atau mengajar yang dilakukan dengan interaksi antarpeserta berupa upaya tukar pikiran, berdialog dan saling memberi informasi yang dimiliki. Metode ini akan digunakan saat pendampingan dan setelah pembekalan materi yang akan disampaikan oleh tim.

4. Metode Praktik

Metode praktik akan dilaksanakan oleh mitra dengan menerapkan pelatihan yang diberikan. Praktik yang direncanakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pembuatan desain dengan aplikasi Canva dan mencoba menjual produk hasil pelatihan ini dengan pemasaran secara online dengan platform yang dipilih oleh mitra.

Penerapan metode ini dapat dilihat pada tabel 1 yang menunjukkan urutan kegiatan dan jadwal yang telah ditetapkan. Pelaksanaan dilengkapi dengan metode yang dapat digabungkan agar hasil yang ingin dicapai dapat terealisasi dengan baik.

Tabel 1

Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Pembuatan Desain dengan Media Digital dan Penjualannya			
No	Waktu Kegiatan	Kegiatan	Metode
1	11 Maret 2021	Melaksanakan pelatihan pertama mengenai penggunaan aplikasi Canva.	Presentasi, tutorial, dan diskusi
2	12 Maret 2021- 14 Maret 2021	Melakukan pengawasan dalam pembuatan desain.	Praktik dan diskusi
3	15 Maret 2021 -18 Maret 2021	Memberikan materi mengenai strategi penjualan hasil desain di <i>marketplace</i> Shopee dan juga sosial media.	Presentasi, tutorial, dan diskusi
4	20 Maret 2021	Melaksanakan pelatihan pertama mengenai strategi penjualan hasil desain di <i>marketplace</i> Shopee dan juga sosial media.	Presentasi, tutorial, dan diskusi

HASIL KARYA UTAMA DAN PEMBAHASAN

Terkait dengan masalah yang dihadapi oleh mitra, adapun solusi yang ditawarkan untuk mencari jalan keluar untuk mendapatkan penghasilan tambahan sebagai pengganti kehilangan pekerjaan yang selama ini dilakukan adalah dengan memberi pelatihan pembuatan desain dengan media digital (aplikasi Canva) dan strategi untuk menjual hasil desain tersebut di media sosial dan *marketplace*. Hasil desain yang dimaksud disini dapat berupa hasil desain fisik (seperti stiker dan poster yang dicetak) ataupun hasil desain digital (desain yang belum dicetak). Program pelatihan bertujuan untuk menambah *skill* baru dan memanfaatkan *skill* ini sebagai peluang usaha baru. Hal ini sangat relevan dengan permasalahan yang dihadapi mitra karena sulitnya mencari pekerjaan baru yang dimana banyak perusahaan atau instansi yang sedang mengurangi karyawan atau

pegawainya maka diperlukannya suatu kreativitas dan inovasi baru untuk bertahan di dalam situasi sulit ini.

Selain itu, kedua program yang dirancang ini juga dapat dilakukan dari rumah, mengetahui bahwa pemerintah menyarankan agar kegiatan di luar rumah harus dikurangi dengan tujuan untuk memutus mata rantai COVID-19. Dengan adanya kreativitas dan inovasi, program ini dapat memutar roda perekonomian dan membuka peluang usaha baru bagi mitra. Adapun aktivitas yang akan dilaksanakan dalam program ini seperti pelatihan pembuatan design dengan media digital yaitu aplikasi Canva, memberi kiat-kiat untuk menjual hasil design melalui media sosial seperti instagram, dan juga memasarkannya melalui *marketplace* yaitu platform *shopee*. Kegiatan tersebut akan dilaksanakan secara daring menggunakan aplikasi Zoom meeting (dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2).

Selain berfokus pada pemuda, kegiatan ini juga menerapkan manfaat desain digital sehingga beberapa acuan diperlukan untuk lebih mengetahui fitur-fitur yang ada. Dalam melakukan promosi pemasaran suatu produk secara digital, desain grafis merupakan hal yang harus diperhatikan untuk mampu menarik konsumen dalam membeli produk tersebut (Sholeh, Rachmawati, & Susanti, 2020). Secara umum, desain grafis dapat dikategorikan dalam lima kelompok, yaitu *printing* (percetakan), *web design* (desain untuk halaman web), film (termasuk di dalamnya adalah TV komersial, animasi, dan multimedia interaktif), logo (*company profile* dan *branding*), dan desain produk (pemaketan, kemasan, atau *merchandise*).

Target yang akan dihasilkan dari pelaksanaan program ini adalah (1) untuk meningkatkan motivasi dan semangat bagi masyarakat sasaran agar dapat bertahan di situasi sulit ini, (2) menambah kemampuan atau *skill* baru yang dapat membuka peluang usaha baru, (3) meningkatkan sumber pendapatan bagi masyarakat sasaran, (4) meningkatkan produktivitas masyarakat sasaran, dan (5) meningkatkan keterampilan, kreativitas dan dapat menciptakan inovasi baru bagi masyarakat sasaran.

Gambar 1 menunjukkan kegiatan pertama yang diadakan yaitu kegiatan pemberian materi pelatihan untuk membuat desain dengan menggunakan aplikasi Canva. Materi yang diberikan adalah tentang cara dasar penggunaan aplikasi Canva dan juga mempelajari *tools* yang ada pada aplikasi tersebut. Setelah itu saya meminta masing-masing mitra untuk mencoba membuat apapun dengan aplikasi tersebut. Respon yang diberikan oleh mitra adalah mitra langsung mempraktikkan apa yang sudah dijelaskan dan bertanya lebih dalam mengenai *tools* yang ada dalam aplikasi tersebut sehingga mitra dapat mengeksplorasi lagi kreativitas mereka dalam membuat desain yang mereka inginkan.



Gambar 1: Pelatihan Untuk Membuat Desain dengan Menggunakan Aplikasi Canva.

Dengan adanya program ini, mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat menciptakan inovasi baru dan memunculkan kreativitas yang belum pernah terpikirkan sebelumnya. Masyarakat menjadi lebih produktif dalam memutar roda perekonomian yang selama setahun belakangan ini mengalami penurunan akibat dari pandemi global ini. Program ini dapat membantu untuk meningkatkan kembali perekonomian masyarakat. Meskipun masih terdapat beberapa kendala program ini bisa berjalan dengan lancar dan sesuai dengan target yang dihasilkan. Kegiatan lain yang diadakan adalah pengenalan pemasaran di masa pandemi ini dan yang dapat dilanjutkan sesuai dengan yang telah berjalan di era informasi yang sangat terbuka ini.

Pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini sangat relevan dengan kebutuhan mitra. Dari kegiatan berupa pelatihan yang dilakukan, upaya yang dianjurkan pada mitra selaras dengan prinsip-prinsip penciptaan desain produk industri agar sukses digunakan sebagai pendukung promosi produk. Hal ini selaras dengan prinsip penciptaan desain dari Widya dan Darmawan (2016) yang menyarankan ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menciptakan sebuah desain. Fitur dan cara penciptaan desain penting diketahui dalam program pengabdian ini agar pilihan mitra mampu mempertimbangkan pilihan dan cara yang dilakukan untuk mewujudkan desain yang menarik. Beberapa hal tersebut adalah (1) pembuatan karya visual menjadi komunikatif bagi yang menjadi target, (2) visualisasi agar tersaji secara kreatif dan jelas, tidak monoton dan membosankan, (3) pembuatan desain dengan sederhana agar isi pesan lebih mudah diterima, (4) penggunaan bahasa visual harus dapat menjadi kesatuan yang padu, utuh, dan selaras, (5) penggambaran objek dalam bentuk gambar yang baik presentatif, (6) pemakaian warna padu padan, (7) pemilihan tipografi yang selaras dengan pesan yang ingin disampaikan, (8) tata letak harus baik supaya keterhubungan sasaran terhadap semua aspek dapat diperlihatkan, (9) fitur media bergerak yang berbentuk animasi dan/atau film harus diperhatikan, (10) pembuatan navigasi ikon, terutama untuk menciptakan *web design* atau aplikasi menjadi hal yang juga harus diperhatikan.



Gambar 2: Pengenalan Pemasaran Online

Gambar 2 menunjukkan kegiatan terkait pemasaran adalah kegiatan penyampaian materi untuk strategi penjualan hasil desain yang telah dibuat oleh mitra. Dalam kegiatan ini saya menyampaikan beberapa *platform* yang bisa memasarkan produk yang telah mitra buat yakni Shopee dan juga Instagram. Mitra dibiarkan untuk memilih platform mana yang ingin mereka gunakan untuk menjual produk mereka. Selain itu ada juga trik dan tips yang saya berikan agar produk penjualan mereka dilihat menarik dari segi *feeds* (Instagram) dan juga deskripsi yaitu *caption* yang menarik pembeli. Respon yang diberikan adalah bahwa mitra langsung memilih platform yang ingin mereka gunakan dan mitra juga sering mengajukan pertanyaan seputar cara penjualan yang dapat menarik pembeli.

Kegiatan lainnya adalah hasil produk yg dihasilkan oleh mitra setelah pelatihan. Di gambar satu mitra telah membuat akun Shopee dengan nama “cindyworldshop” dan menjual pembatas buku dengan desain yang telah dibuat oleh mitra. Berikutnya adalah kegiatan praktik dan pendampingan dengan hasil yang ditunjukkan pada gambar 3. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Kerobokan Kaja, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung. Sesuai dengan tema yang diangkat, tim melaksanakan kegiatan ini bertujuan untuk membantu masyarakat yang terkena dampak dari bencana COVID-19 agar memunculkan kembali semangat dan motivasi masyarakat untuk berjuang dalam situasi ini. Dengan adanya program ini, masyarakat dapat menciptakan inovasi baru dan memunculkan kreatifitas yang belum pernah terpikirkan sebelumnya. Masyarakat menjadi lebih produktif dalam memutar roda perekonomian yang selama setahun belakangan ini mengalami penurunan akibat dari pandemi global ini. Program ini dapat membantu untuk meningkatkan kembali perekonomian masyarakat.

Upaya pelatihan dan pemberian informasi dengan prinsip pemasaran *offline* telah sesuai dengan situasi yang dihadapi para mitra. Pemasaran jenis ini adalah kegiatan penjualan secara fisik yang didukung dengan tempat penjualan fisik (Nugraha, Rochdiani, & Sudrajat, 2013). Pemasaran secara *offline* memiliki beberapa keuntungan, antara lain penjual lebih mudah melayani konsumen bila memiliki pertanyaan, sistem pembayaran yang lebih aman dibandingkan transaksi *online*, tidak repot melakukan pengiriman, dan persaingan tidak seketat pemasaran *offline*. Namun pemasaran *offline* juga memiliki kekurangannya. Biaya untuk menyewa tempat, pencarian karyawan, hingga waktu operasional yang terbatas adalah hal-hal yang menghambat pemasaran secara *offline*.

Pemasaran *online*, sementara itu, adalah kegiatan penjualan produk yang dilakukan secara tidak langsung dengan media internet (Nugraha, Rochdiani & Sudrajat, 2013). Berbeda dengan pemasaran *offline*, pemasaran *online* tidak memerlukan modal yang terlalu besar. Selain itu, pemasaran *online* pun memiliki beberapa keuntungan lainnya, seperti lebih mudah dijalankan, jangkauan pasar yang lebih luas, waktu yang lebih fleksibel, serta produk yang dijual bisa sangat bervariasi. Perkembangan media sosial dan aplikasi *marketplace* juga semakin memudahkan pemasaran secara *online*. Media sosial seperti Whatsapp, Facebook, hingga Instagram kini telah menghadirkan fitur-fitur yang mempermudah pelaku usaha dalam menjajakan produk mereka. Kemudahan dalam menjangkau konsumen dan mengecek foto produk menjadi alasan banyak pelaku usaha menggunakan media sosial dalam pemasaran produk (Mustika, 2019). Aplikasi *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia juga bisa menjadi pilihan bagi para pelaku usaha untuk semakin mengembangkan bisnisnya. Sebagai pelaku usaha dalam dunia pemasaran modern yang berbasis *online* ada tiga hal yang harus diperhatikan (Maulidasari & Damrus, 2020) yaitu: (1) menetapkan target pasar. Pelaku usaha harus bisa terus bersiasat agar mampu memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah, (2) mengatur strategi dalam menyampaikan produk mereka di media dan waktu yang tepat, dan (3) menganalisis kegiatan pemasaran dan membuat laporannya.

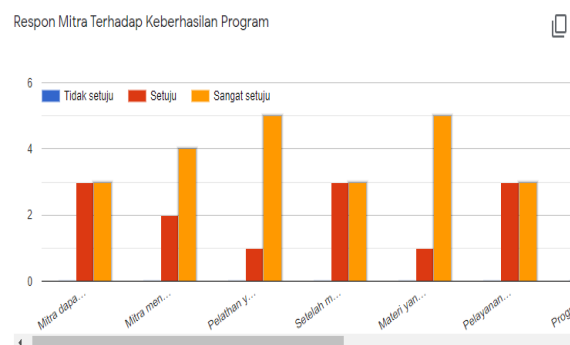


Gambar 3: Hasil Kreasi Mitra

Gambar 3 menunjukkan hasil kreasi dari para mitra, yaitu berupa sebuah logo, label dan kartu yang dibuat oleh mitra. Mitra tersebut membuat jasa desain logo di akun Instagram pribadi miliknya. Kartu ucapan terimakasih yang mitra buat dan dijual di akun instagram miliknya. Mitra membuat desain untuk pembatas buku dan di jual di akun instagram miliknya. Respon yang ditunjukkan bahwa mitra sangat antusias dalam menciptakan desain produk milik mereka dan mitra langsung mencoba untuk memasarkan apa yang telah mitra buat ke platform yang mereka gunakan.

Partisipasi mitra dalam program ini adalah responsif dan positif, secara langsung maupun secara online dan bersedia berpartisipasi penuh pada kegiatan ini. Mitra dengan penuh semangat menerima rencana pelatihan desain menggunakan media digital yaitu aplikasi Canva dan pengelolaannya, penggunaan konten untuk promosi di media sosial, serta pelaksanaan kiat-kiat penjualan hasil desain yang akan diberikan. Mitra akan memanfaatkan pelatihan ini dengan baik kedepannya. Untuk menentukan keberhasilan kegiatan pengabdian ini, tim melakukan evaluasi kegiatan dengan mengirimkan tautan kuesioner online melalui grup whatsapp. Adapun hasil keberhasilan ketercapaian kegiatan yang ditunjukkan dari respon yang diberikan oleh mitra berupa respon positif dengan rata-rata presentase sangat setuju 50%, setuju 50%, dan respon tidak setuju sebanyak 0%. Dapat disimpulkan kegiatan ini mencapai keberhasilan 100%. Respon secara formal dapat disajikan pada gambar 4.

Penyajian materi disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sehingga mereka nantinya bisa membuat desain untuk produk industri yang mereka miliki. Untuk menghasilkan desain grafis yang baik, diperlukan pengalaman serta kepandaian dalam mengoperasikan aplikasi desain grafis di komputer atau laptop. Saat ini, selain yang berbasis luring (*offline*), aplikasi desain grafis telah banyak yang berbasis daring (*online*). Dari semua aplikasi desain grafis berbasis daring, enam di antaranya mudah digunakan bagi para pemula, yaitu Canva, Piktochart, Poster My Wall, Crello, Adobe Spark, dan juga Snappa (Ardyanto, 2021). Jika desain sudah dihasilkan, langkah berikutnya perlu dilakukan pemasaran. Pemasaran merupakan kegiatan menjual suatu barang dagangan ke tengah-tengah masyarakat. Dalam bisnis, pemasaran juga bisa diartikan sebagai proses identifikasi kebutuhan yang belum terpenuhi dan penentuan pangsa pasar yang dituju (Nuraini & Susilowati, 2021). Secara umum, pemasaran dapat dibagi menjadi dua, yaitu pemasaran konvensional atau *offline* dan pemasaran digital atau *online* (Maulidasari & Damrus, 2020).



Gambar 4: Respon Mitra dalam Pendampingan Pembuatan Design Digital

Partisipasi masyarakat mengenai perencanaan kegiatan ini sangat baik. Mitra bersedia melaksanakan program ini sepenuhnya. Respon yang ditunjukkan oleh mitra saat perencanaan program ini disambut dengan antusias. Saat pelaksanaan kegiatan mitra juga berpartisipasi penuh mengikuti pelatihan dan mempraktekan apa yang sudah dijelaskan

oleh tim. Mitra terlihat sangat bersungguh sungguh saat mengikuti pelatihan ini. Partisipasi masyarakat saat dilakukan pengawasan sangat kooperatif dan aktif dalam diskusi. Tabel 2 menunjukkan identifikasi faktor-faktor yang terjadi sehingga dapat menjadi evaluasi penyelenggaraan kegiatan dalam masa pandemi, dengan desain kegiatan daring dan luring. Hanya sedikit faktor penghambat yang telah dapat ditangani dan kegiatan dapat berlangsung.

Tabel 2
Faktor Pendukung dan Penghambat

No	Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
1	Mitra sepenuhnya mendukung dan menerima program ini.	Waktu pelaksanaan yang memerlukan waktu yang cukup lama untuk mempersiapkan materi.
2	Ketersediaan mitra mengenai alat elektronik yang diperlukan untuk kegiatan ini seperti laptop dan HP.	Waktu pelaksanaan yang mengharuskan tim dan mitra untuk mencocokkan jadwal sebab ada mitra yang memiliki kegiatan yang juga harus dilaksanakan.
3	Semangat mitra untuk menjalani program ini.	
4	Ketersediaan materi yang mudah diaplikasikan oleh mitra.	

Partisipasi masyarakat mengenai perencanaan kegiatan ini sangat baik. Mitra bersedia melaksanakan program ini sepenuhnya. Respon yang ditunjukkan oleh mitra saat perencanaan program ini sangat baik dan mereka antusias. Saat pelaksanaan kegiatan mitra juga berpartisipasi penuh mengikuti pelatihan dan mempraktekan apa yang sudah dijelaskan oleh tim. Mitra terlihat sangat bersungguh sungguh saat mengikuti pelatihan ini. Namun, ada satu mitra yang sangat sulit dihubungi dan hanya pernah mengikuti pelatihan ini sekali. Hal ini terjadi sebab mitra tersebut sedang berada di kampung halamannya akibatnya mitra tidak bisa ikut serta melanjutkan program ini. Partisipasi masyarakat saat dilakukan pengawasan sangat kooperatif dan aktif dalam diskusi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini melibatkan kelompok pemuda yang mengalami dampak PHK karena pandemic COVID-19 sebagai mitra yang ada di lingkungan Desa Kerobokan Kaja. Program dilaksanakan dengan mempertimbangkan bahwa perusahaan atau instansi di berbagai bidang usaha yang melakukan pengurangan tenaga kerja. Melihat dari karakter dasar pemuda yang dinamis, energik, dan juga inovatif serta memiliki fisik yang lebih kuat dibandingkan kalangan yang lainnya maka sudah wajar jika pemberdayaan disituasi sekarang ini difokuskan kepada pemuda. Mitra dalam kegiatan ini adalah karyawan atau pekerja terpaksa dirumahkan dan juga beberapa ada yang diberhentikan hak kerjanya. Dengan adanya metode yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan yaitu (1) pelatihan pembuatan desain digital dengan aplikasi Canva, (2) pendampingan untuk pemasaran produk secara *online* di *marketplace* yang ada. Pada akhir kegiatan, mitra merasakan manfaat positif dari kegiatan yang telah ditentukan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam berbagai segi dan secara mental, para mitra ini menunjukkan peran untuk dapat bangkit dari keterpurukan. Mereka adalah pilar pembangunan yang pantang menyerah dan memiliki ambisi akan perubahan yang tinggi dan secara jasmani, mereka memiliki daya tahan tubuh yang lebih baik, sehingga dengan adanya pembimbingan yang baik dan konsisten maka pemuda-pemuda ini akan mampu membuka situasi perekonomian yang baru terutama di daerah tempat tinggal mereka.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada aparat desa, pemuka desa dan kelompok pemuda Desa Kerobokan Kaja, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali yang telah memberi kesempatan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terselenggara. Selain itu, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada ketua LPPM Universitas Mahasaraswati Denpasar karena telah memberikan masukan dan dukungan moril bagi pelaksanaan kegiatan yang dilangsungkan selama masa pandemi, sehingga wujud kegiatan pada dharma Pengabdian Masyarakat dapat dilaksanakan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardyanto, F. (2021). 6 Situs Desain Grafis Online, Mudah Digunakan oleh Pemula. [Internet]. [cited 25 Juli 2021]. Available from: <https://hot.liputan6.com/read/4450957/6-situs-desain-grafis-online-mudah-digunakan-oleh-pemula>
- Checkoway, B. N., & Gutiérrez, L. M. (2012). Youth participation and community change. *Youth Participation and Community Change*, (August 2006), 1–268. <https://doi.org/10.4324/9780203051726>
- Efiaty, S. (2011). Metode Presentasi dalam Proses Pembelajaran. [Internet]. [cited 26 Juli 2021]. Available from: <https://bit.ly/3r8vTI8>
- Fang J, Peng X. 2014. *Developmental changes in cell proliferation and apoptosis in the normal duck bursa of fabricius*. *J Vet Sci*. 15:465-474.
- Jayantini, I.G.A.S. R., Sulatra, I. K., Puspita Candra, K. D., & Deni Ariyaningsih, N. N. (2020). Pendampingan Masyarakat Desa Adat Putung Menanggulangi Dampak Sosial Pandemi COVID-19. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 3(1), 92–98. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v3i1.228>
- Kostaman T. 2013. *Isolasi dan kriopreservasi primordial germ cells (PGCs) menggunakan krioprotektan DMSO untuk pembentukan germline chimera ayam Gaok* [Dissertation]. [Bogor (Indonesia)]: Institut Pertanian Bogor.
- Lawrence TLJ, Fowler VR. 2002. *Growth of farm animals*. 2nd ed. New York (US): CABI Publishing.
- Mayuni, I.G.A.R., Gelgel, N.M.R.A., & Pascarani, N.M.D. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Pada Sekaa Teruna Desa Adat Kuta , Badung , Bali. [Internet]. [cited 25 Juli 2021]. Available from: https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/6b9a8ca67f813bf220e17c5d0db1ec66.pdf
- Maulidasari, C. D., & Damrus. (2020). Dampak Pemasaran Online Di Era Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2), 233–245.
- Meilianna, R., & Purba, Y. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Phk Dan Pendapatan Pekerja Di Indonesia (the Impact of Covid-19 on Worker Layoffs and Income in Indonesia). *Jurnal Kependudukan Indonesia, Edisi Khusus Demografi Dan COVID-19*, 2902, 43–48.
- Mustika, M. (2019). Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 2(2), 165–171. <https://doi.org/10.36085/jsai.v2i2.352>
- Nugraha, G. N., Rochdiani, D., & Sudrajat. (2013). Strategi pemasaran seblak kicimpring berbasis offline dan online. *The Russian Union Catalog of Scientific Literature (Russian)*, 6(3), 1–6.
- Nuraini, I., & Susilowati, D. (2021). Pendampingan Pemasaran Online pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kecamatan

- Lowokwaru Kota Malang. *PEDULI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 30–41.
- Pesau, H.G., & Panglewai, M. M. L. (2021). Psikoedukasi Online bagi Masyarakat untuk Meredakan Stres di Tengah Pandemi COVID-19. *PEDULI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 1–12.
- Rohmah, M., Rahmadi, A., & Sagena, U. W. (2021). Peningkatan Kreativitas Kelompok Perempuan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Modernisasi Pengolahan Pangan Lokal Di Wilayah Perbatasan, Kalimantan Timur. *JUARA: Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*, 2(1), 66. <https://doi.org/10.25105/juara.v2i1.8728>
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk UKM. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>
- Undang-undang Republik Indonesia No 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan
- Valerisha, A., & Putra, M. A. (2020). Pandemi Global Covid-19 Dan Problematika Negara-Bangsa: Transparansi Data Sebagai Vaksin Socio-Digital? *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 0(0), 131–137. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3871.131-137>
- van der Ploeg, E. (2020). Letter From Bali: Resilience And Solidarity Amidst The Pandemic. Retrieved from <https://corona-older.com/2020/05/30/letter-from-bali-resilience-and-solidarity-amidst-the-pandemic>
- Wibawa, L. (2013). Pemberdayaan Pemuda Melalui Social Capital. Disajikan pada Seminar Nasional Pengembangan Masyarakat Berbasis Modal Sosial. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). Bahan Ajar Desain Grafis : Pengantar Desain Grafis (Vol. 1).
- World Health Organization. (2020). COVID-19 Public Health Emergency of International Concern (PHEIC) Global research and innovation forum. Retrieved from [https://www.who.int/publications/m/item/covid-19-public-health-emergency-of-international-concern-\(pheic\)-global-research-and-innovation-forum](https://www.who.int/publications/m/item/covid-19-public-health-emergency-of-international-concern-(pheic)-global-research-and-innovation-forum)
- Yahya M, Chin FY, Idris AB, Azizol S. 2000. *Forage intake by grazing cattle under oil palm plantation in Malaysia* [Internet]. [cited 26 November 2014]. Available from: www.fao.org/ag/agp/AGPC/doc/Bulletin/oilpalm.htm
- Yulius, Y. D. M. (2020). Strategi Pemasaran UMKM Ditinjau Dari Bauran Pemasaran Untuk Menunjang Perekonomian Di Era Digital Pada Masa Pandemi, 1, 1–28.
- Zulfitria., Ansharullah, & Pratami, C.A. (2020). Pentingnya Peran Orang Tua dalam Pendampingan Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 2–6. Retrieved from <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/article/view/8797/5152>