

PERANCANGAN BOOTH VIRTUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK USAHA KECIL MENENGAH (Studi Kasus UKM Sudana Silver, Jegeg Tri Busana, Indah Asri)

A. A. Sagung Intan Pradnyanita¹, Kadek Angga Dwi Astina², Made Arini Hanindharputri³, Made Raymond Holland⁴

^{1,2,3,4}Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali
Jl. Tukad Batanghari No. 29 Panjer, Denpasar, Indonesia

e-mail: agung.intan@idbbali.ac.id¹, anggadwiastina.@idbbali.ac.id², arini@idbbali.ac.id³,
arini@idbbali.ac.id³

Received: March, 2023	Accepted: March, 2023	Published: March, 2023
-----------------------	-----------------------	------------------------

ABSTRACT

Small and medium enterprises, or SMEs, are a sector that is currently developing to support the community's economy. In Indonesia, there are not a few SME community members who make their businesses the foundation for earning income. The existence of SMEs certainly has a role in the economic sector, where in general SMEs produce goods or products by raising local wisdom and potential in their respective regions. To maintain the existence of SMEs, of course, business actors must continue to innovate and carry out promotions so that their businesses or products can be recognized by the public. However, some of the obstacles experienced by SMEs are the lack of knowledge in utilizing digital technology as a medium that can be used to increase the existence of SMEs in society. Therefore, the importance of collaboration in the use of digital technology for the advancement of SMEs IDB Bali Lecturers and Students collaborated to create virtual booth designs in the form of 3D booths, e-flyers, banners, and also videos, with the hope that later SMEs can introduce their superior products to the public and be able to meet the information needs of potential consumers. The SMEs that will create a virtual 3D media booth are Sudana Silver, Jegeg Tri Busana, and Indah Asri.

Keywords: *small and medium enterprises, promotional media, and virtual booth design*

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah atau UKM merupakan salah satu sektor yang saat ini sedang berkembang untuk menyokong perekonomian masyarakat. Di Indonesia tidak sedikit masyarakat pelaku UKM menjadikan usahanya sebagai tumpuan dalam mendapatkan penghasilan. Keberadaan UKM tentunya memiliki peran pada sector ekonomi, dimana pada umumnya UKM memproduksi barang atau produk dengan mengangkat kearifan lokal dan potensi di wilayahnya masing-masing. Untuk menjaga eksistensi dari UKM, tentunya pelaku usaha harus terus berinovasi dan melakukan promosi agar usaha atau produknya dapat dikenal oleh masyarakat. Namun beberapa kendala yang dialami oleh pelaku UKM yaitu kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media yang dapat digunakan untuk meningkatkan eksistensi UKM di masyarakat. Maka dari itu pentingnya sebuah kolaborasi dalam pemanfaatan teknologi digital untuk kemajuan UKM. Dosen dan Mahasiswa IDB Bali berkolaborasi untuk mewujudkan desain booth virtual yang berupa Booth 3D, E-Flyer, banner dan juga video, dengan harapan nantinya para pelaku UKM dapat memperkenalkan produk unggulannya kepada masyarakat, serta dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi calon konsumen. Adapun UKM yang akan dibuatkan media booth 3D virtual yaitu UKM Sudana Silver, Jegeg Tri Busana, Indah Asri.

Kata Kunci: *Usaha Kecil Menengah, Media Promosi, Desain Booth Virtual*

1. PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah atau UKM merupakan salah satu sektor yang saat ini sedang berkembang di masyarakat. Usaha Kecil Menengah adalah jenis usaha yang dijalankan dengan skala kecil dan skala menengah, bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan[1]. Di Indonesia tidak sedikit masyarakat pelaku UKM menjadikan usahanya sebagai tumpuan dalam mendapatkan penghasilan. Keberadaan UKM tentunya memiliki peranan yang cukup penting, karena dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan juga mampu menyerap tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran. Namun pelaku UKM sempat mengalami krisis ekonomi saat pandemi melanda, dimana kondisi tersebut sangat berpengaruh pada keberlangsungan para pelaku UKM. krisis ekonomi tersebut tentunya berpengaruh pada daya beli konsumen dan juga eksistensi UKM. Untuk menanggulangi efek krisis ekonomi tersebut, pelaku UKM tentunya harus terus berinovasi agar tetap bisa bertahan, bahkan pelaku UKM didorong untuk dapat memanfaatkan teknologi digital.

Keberadaan UKM tentunya memiliki peran pada sektor ekonomi, dimana pada umumnya UKM memproduksi barang atau produk dengan mengangkat kearifan lokal dan potensi di wilayahnya masing-masing. Munculnya UKM juga mampu menyerap tenaga kerja, sehingga secara tidak langsung dapat menyokong perekonomian masyarakat. Untuk menjaga eksistensi dari UKM, tentunya pelaku usaha harus terus berinovasi dan melakukan promosi agar usaha atau produknya dapat dikenal oleh masyarakat. Media promosi memiliki peran yang sangat penting sebagai media informasi tentang produk atau usaha dari UKM.

Di wilayah Bali mulai berkembang berbagai jenis UKM, dan kami sebagai perguruan tinggi teknologi sangat mendukung keberadaan UKM. Walaupun dalam pengembangan UKM bukan semata-mata merupakan tanggung jawab pemerintah, namun pihak UKM dapat beriringan dengan pemerintah untuk pengembangan UKM itu sendiri. Peran pemerintah dalam memfasilitasi pelaku UKM, biasanya dengan menyelenggarakan pameran. Pameran atau eksibisi pada awalnya diawali dengan pasar-pasar tradisional. Pameran merupakan salah satu media periklanan yang cukup efektif karena konsumen dapat melihat dan menyentuh secara langsung dari suatu produk [2]. Seiring dengan perkembangan teknologi, pameran produk atau usaha mulai dilakukan dengan pemanfaatan teknologi digital, yaitu pameran booth virtual. Salah satu langkah yang dapat diambil sebagai bukti nyata mendukung UKM adalah membuat Desain Paket Booth Virtual kepada UKM agar pelaku UKM dapat mengikuti berbagai event pameran virtual yang diadakan oleh pemerintah maupun swasta. Kegiatan ini bertujuan untuk mendukung digitalisasi promosi UKM melalui Desain Booth Virtual. Beberapa kendala yang dialami oleh UKM yang sedang berkembang di Bali yaitu kurangnya pengetahuan pengelola UKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media yang dapat digunakan untuk meningkatkan eksistensi UKM.

Kurangnya pengetahuan pelaku UKM dalam memanfaatkan teknologi digital, menjadi salah satu kendala dalam mengembangkan UKM untuk dapat dikenal lebih luas lagi. Maka dari itu perlu adanya kolaborasi dalam pemanfaatan teknologi digital untuk kemajuan UKM. Dosen dan Mahasiswa IDB Bali berkolaborasi untuk mewujudkan desain booth virtual yang berupa Booth 3D, E-Flyer, banner. Melalui media booth virtual tersebut diharapkan nantinya para pelaku UKM dapat memperkenalkan produk unggulannya kepada masyarakat, serta dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi calon konsumen. Adapun UKM yang akan dibuatkan media booth 3D virtual yaitu UKM Sudana Silver, Jegeg Tri Busana, Indah Asri. Ketiga UKM tersebut merupakan binaan dari pemerintah Kota Denpasar yang perlu mendapatkan perhatian khusus untuk dibantu dalam promosi melalui pameran virtual yang diselenggarakan oleh Kadisperindag Kota Denpasar. Dengan adanya pameran virtual memberikan kesempatan bagi UKM untuk dapat memperluas pasar, memberikan pengalaman baru bagi pelaku UKM dengan memasarkan produknya secara digital.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah design thinking, yang meliputi analisis konteks, penemuan dan pembingkaiian masalah, pembuatan ide dan solusi, membuat model dan prototype, serta tahap evaluasi [3]. Ada beberapa tahapan dalam design thinking, yaitu

1. Empathize, yaitu tahap awal, dengan melakukan observasi untuk memahami keinginan, kebutuhan dan tujuan pemilik usaha.
2. Define, yaitu melakukan Analisa dan identifikasi masalah
3. Ideate, yaitu menyusun ide-ide kreatif sebagai solusi dari permasalahan

4. Prototype, yaitu tahapan membuat visualisasi dari ide
5. test, yaitu tahap pengujian prototype

Pada penelitian ini tahapan yang dilakukan adalah tahap pra produksi yaitu empathize dan define, hingga pada tahap produksi, yaitu ideate dan prototype, yaitu sampai pada pembuatan desain Booth 3D virtual, E-Flyer, dan banner.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Promosi

Untuk dapat memperkenalkan suatu usaha kepada khalayak masyarakat tentunya memerlukan suatu media untuk promosi, baik itu media cetak maupun media digital. Melalui media promosi, pada pelaku usaha dapat memberikan informasi, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan audiens sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya [4]. Secara rinci ketiga tujuan promosi itu dijabarkan sebagai berikut:

1. Menginformasikan: memberikan informasi kepada masyarakat mengenai keberadaan suatu produk atau usaha.
2. Mempengaruhi dan membujuk: membentuk pilihan merk dan mendorong audiens untuk membeli.
3. Mengingat: mengingatkan audiens akan tempat-tempat outlet penjualan.

Promosi memegang peranan penting sebagai salah satu usaha agar perusahaan bisa tetap eksis di masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi, media promosi saat ini tidak hanya melalui media cetak, namun sudah berkembang dengan memanfaatkan teknologi digital.

3.2 Pembahasan

Membangun Usaha Kecil Menengah (UKM) tentunya tidak mudah, pelaku UKM tentunya harus memikirkan strategi untuk mempromosikan usaha atau produknya. Pameran produk merupakan salah satu langkah yang dapat diambil oleh pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Jenis pameran yang dilakukan biasanya pameran produk, dimana para pengunjung dari berbagai kalangan baik itu dari dunia usaha maupun masyarakat umum bisa berkunjung dan melihat produk yang dijual atau dihasilkan oleh pelaku usaha. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan UKM yaitu dengan memanfaatkan teknologi digital melalui Desain Booth Virtual. Pameran booth virtual saat ini dirasa cukup efektif dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat. Kelebihan dari pameran booth virtual yaitu tidak memerlukan ruangan yang luas, tidak perlu mengeluarkan biaya tinggi untuk menyewa tempat, tidak perlu melakukan bongkar pasang stand.

Dalam pembuatan desain booth virtual, tentunya pertimbangan media yang efektif, dan tata letak atau layout dari booth itu sendiri. Pada desain booth virtual terdapat beberapa media, diantaranya adalah desain booth, desain flyer, desain banner dan X-banner. Desain booth virtual merupakan pemanfaatan teknologi yang didasarkan dengan pembuatan Computer Generate Imagery (CGI), hal ini terjadi karena kadang kebutuhan visual tersebut membutuhkan gambar yang tidak/ belum ada di dunia nyata, untuk itu gambar tersebut dapat dibuat dengan 3D modeling [5].

Media booth virtual menampilkan bentuk 3D dari booth UKM, yang menunjukkan logo dari usaha, layout pemajangan produk, dan juga menampilkan media promosi. Dengan demikian UKM dapat mengikuti pameran virtual, dan tetap dapat memberikan informasi yang lengkap mengenai produk-produk yang dihasilkan.

Adapun UKM yang akan dibuatkan media booth 3D virtual yaitu UKM Sudana Silver, Jegeg Tri Busana, Indah Asri. Dalam perancangan media booth 3D virtual, melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Empathize, yaitu melakukan observasi dan pengumpulan data di 3 UKM, yaitu Sudana Silver, Jegeg Tri Busana, Indah Asri. Data yang dikumpulkan berupa foto-foto produk dan juga video sebagai bahan untuk perancangan media promosi
2. Define, yaitu melakukan analisa dan melakukan brainstorming visualisasi desain yang tepat untuk UKM, Sudana Silver merupakan usaha kerajinan perak, Jegeg Tri Busana merupakan usaha yang bergerak dalam bidang fashion yang menyediakan berbagai busana adat Bali, dan Indah Sri yaitu usaha dibidang aksesoris bunga kering.
3. Ideate, yaitu menyusun ide-ide kreatif untuk menentukan strategi visual dari desain yang akan dibuat. Pada UKM Sedana Silver menerapkan konsep elegan dengan menampilkan produk perhiasan perak

dengan menampilkan detail dari produknya. Pada UKM Jegog Tri Busana juga menampilkan produk unggulannya berupa tenun songket dan tenun endek. UKM Indah Sri menampilkan produk kerajinan bunga kering.

4. Prototype, yaitu tahapan membuat visualisasi dari ide. Tahapan yang dilakukan adalah membuat sketsa, kemudian dilanjutkan pada tahap komputerisasi dengan menentukan komposisi foto, teks, dan penentuan warna agar sesuai dengan konsep dan karakter dari masing-masing UKM. Berikut prototype 3D booth virtual dari masing-masing UKM desain flyer, desain banner dan X-banner:

a. UKM Sudana Silver



Gambar 1. Desain 3D Booth Virtual Sudana Silver
[Sumber : Holland. 2021]



Gambar 2. Desain Flyer Sudana Silver
[Sumber : Holland. 2021]



Gambar 3. Banner dan X-Banner Sudana Silver
[Sumber : Holland. 2021]

b. UKM Jegeg Tri Busana



Gambar 4. Desain 3D Booth Virtual Jegeg Tri Busana
[Sumber : Holland. 2021]



Gambar 5. Desain Flyer Jegeg Tri Busana
[Sumber : Holland. 2021]



Gambar 6. Banner dan X-Banner Jegeg Tri Busana
[Sumber : Holland. 2021]

c. UKM Indah Asri



Gambar 7. Desain 3D Booth Virtual Indah Asri
[Sumber : Holland. 2021]



Gambar 8. Desain Flyer Indah Asri
[Sumber : Holland. 2021]



Gambar 9. Desain Banner dan X-Banner Indah Asri
[Sumber : Holland. 2021]

4. KESIMPULAN

Pelaku UKM tentunya harus memikirkan strategi untuk mempromosikan usaha atau produknya. Pameran produk merupakan salah satu langkah yang dapat diambil oleh pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi, pameran usaha dagang saat ini mulai memanfaatkan media digital yang dapat menyajikan media visual yang sesuai dengan target konsumen yang dituju dan karakteristik *brand* masing-masing. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan UKM yaitu dengan memanfaatkan teknologi digital melalui Desain Booth Virtual. Melalui media desain booth 3D virtual yang menyuguhkan flyer, banner dan x-banner diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat melalui media digital. Hal ini juga berfungsi agar UKM dapat memiliki *brand personality* yang khas di mata konsumen.

DAFTAR SUMBER

- [1] Natalia, "Mengenal Lebih Jauh Pengertian UKM, Contohnya, dan Tips Mengembangkannya." <https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-ukm/> (accessed Feb. 28, 2023).
- [2] F. Jetkins, *Periklanan*. Jakarta: Erlangga, 1997.
- [3] Fandy, "Design Thinking: Pengertian, Tahapan, dan Contoh Penerapannya." https://www.gramedia.com/literasi/design-thinking/#Tahapan_Design_Thinking%20by%20Fandy%20/%20Design (accessed Mar. 09, 2023).
- [4] U. Sulaksana, *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- [5] A. Kusrianto, L. Widya, and J. Darmawan, *Teori, Wawasan dan Implementasi Design Komunikasi Visual*. Surabaya : Adi Kusrianto Literary Agent, 2021.