

**MENINGKATKAN NILAI JUAL KERUPUK BAWANG “BERKAH” MELALUI  
PERANCANGAN DESAIN DAN MEDIA PROMOSI DI DESA PENIDON KECAMATAN  
PLUMPANG KABUPATEN TUBAN**

Luluk Faridah<sup>1</sup>, Dinita Rahmalia<sup>2</sup>, Elin Rias Tuti<sup>3</sup>, Siti Mutmainnah<sup>4</sup>, Mohammad Naufal  
Abdi<sup>5</sup>, M. Faris Naufal Hamdani<sup>6</sup>, Fathul Fuad Attamini<sup>7</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Darul ‘Ulum. Email: [lulukfaridah@unisda.ac.id](mailto:lulukfaridah@unisda.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Islam Darul ‘Ulum. Email: [dinitarahmalia@unisda.ac.id](mailto:dinitarahmalia@unisda.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Islam Darul ‘Ulum. Email: [elinriastuti18@gmail.com](mailto:elinriastuti18@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Islam Darul ‘Ulum. Email: [sitimutmainah.2019@mhs.unisda.ac.id](mailto:sitimutmainah.2019@mhs.unisda.ac.id)

<sup>5</sup>Universitas Islam Darul ‘Ulum. Email: [nhamdani111@gmail.com](mailto:nhamdani111@gmail.com)

<sup>6</sup>Universitas Islam Darul ‘Ulum. Email: [mohammadnaufal.2019@mhs.unisda.ac.id](mailto:mohammadnaufal.2019@mhs.unisda.ac.id)

<sup>7</sup>Universitas Islam Darul ‘Ulum. Email: [fathul.2019@mhs.unisda.ac.id](mailto:fathul.2019@mhs.unisda.ac.id)

**ABSTRACT**

*Onion Blessing Crackers are home products produced in Penidon Village, Plumpang District, Tuban Regency. This brand has been widely known by people, especially Tuban and its surroundings. But over time, buyers of this product have the same target age, there are no new buyers who know this brand. Then, how to make this Blessing Onion Cracker product known by the wider community so as to increase the sale and purchase of Blessing Onion crackers? Based on the problems faced, an approach method is needed, namely: Graphic Design Training, Digital Marketing Training, Website Development (World Wide Web), Social Media Development, Promotional Media Development. This services seeks to provide solutions to the above problems, through design design and promotional media with various considerations of design models so that they can become effective and attractive promotional media.*

**Keywords:** *Onion Crackers, Design, Promotional Media*

**ABSTRAK**

*Kerupuk Bawang Berkah adalah produk rumahan yang diproduksi di Desa Penidon Kecamatan Plumpang Kabupaten Tuban. Merk ini telah dikenal banyak orang khususnya Tuban dan sekitarnya. Namun seiring berjalan waktu, pembeli produk ini memiliki target usia yang sama tidak ada pembeli baru yang mengetahui merk ini. Lalu Bagaimanamembuat Kerupuk Bawang Berkah dikenal oleh masyarakat yang lebih luas sehingga meningkatkan penjualan dan produksi Kerupuk Bawang Berkah? Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, diperlukan suatu metode pendekatan, yaitu : Pelatihan Desain Grafis, Pelatihan Digital Marketing, Pembuatan Situs (World Wide Web), Pembuatan Media Sosial, Pembuatan Media Promosi. Pengabdian ini berusaha memberikan solusi terhadap permasalahan diatas, melalui perancangan desain dan media promosi dengan berbagai pertimbangan model desain agar bisa menjadi media promosi yang efektif dan menarik.*

**Kata kunci:** *Kerupuk Bawang, Desain, Media Promosi*

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki beranekaragam jenis makanan, dari makanan pembuka, makanan utama, makanan penutup, makanan ringan atau camilan hingga minuman. Makanan Indonesia memiliki ciri khas seperti adanya bumbu atau makanan-makanan pendamping seperti kerupuk, emping, acar, serundeng, dan lainnya. Kerupuk merupakan makanan pendamping yang sering ditemui pada makanan-makanan Indonesia, seperti pada gado-gado dan nasi goreng. Kerupuk di Indonesia sendiri ada banyak macamnya, ada kerupuk udang, ikan, Palembang, dan kulit. Bahan dari kerupuk yaitu tepung tapioka atau tepung sagu. Kerupuk biasanya diletakkan pada sebuah wadah besar agar dapat dimakan dengan makanan yang disediakan (Keith Ruskin Miller, 2002). Kerupuk juga dijadikan makanan ringan oleh sebagian banyak orang, kebiasaan masyarakat Indonesia yang gemar memakan camilan menjadikan kerupuk semakin banyak kegunaannya.



Gambar 1. Krupuk bawang

Di Tuban sendiri, selain menjadi makanan pendamping berbagai macam makanan, kerupuk juga merupakan oleh-oleh khas Tuban terutama kerupuk bawang. Untuk menghasilkan kerupuk yang baik dan enak, diperlukan kualitas bahan yang baik. Beberapa merk produk yang telah dikenal masyarakat karena mutu bahannya yaitu produk kerupuk Bawang "Berkah" yang diproduksi secara industri rumah tangga. Produk yang dijual meliputi kerupuk mentah dari bahan baku bawang yang digoreng sendiri oleh konsumen. Pemasaran kerupuk ini dengan cara pemasaran yang masih tradisional sehingga pasar yang membeli hanya orang-orang itu saja yang sebagian besar sudah berumur, sehingga tidak ada generasi muda yang mengetahui merk ini. Penjualan kerupuk bawang "Berkah" tidak dilakukan di toko tertentu atau dititipkan ke swalayan, penjualan dilakukan dengan sistem pesan antar, dimana konsumen menelpon lalu barang diantarkan ke rumah konsumen atau konsumen mendatangi rumah produksi ini untuk membeli kerupuk. Serta promosi yang belum begitu luas sehingga pendatang dari luar kota banyak yang belum mengenal produk kerupuk bawang "Berkah" ini. Padahal, Kerupuk produksi rumah di desa Penidon Kecamatan Plumpang ini diolah dengan mutu terbaik dan kualitas bahan dikontrol sangat ketat yang menjadikan kerupuk hasil produksinya lebih unggul dari buatan industri rumah tangga lain, dibuktikan dengan hampir semua bahan yang digunakan dalam proses pembuatan kerupuk.

Industri rumah tangga kerupuk "Berkah" tidak pernah melakukan promosi, sehingga brand awareness masyarakat pun masih kurang terutama bagi kalangan usia

muda. Segmen usia muda sangat butuh makanan yang cepat, sehat karena proses penggorengan dilakukan sendiri, dan harga yang relatif murah dengan mutu bahan yang baik, serta cara pembelian yang memudahkan konsumen khususnya yang tidak punya banyak waktu untuk ke toko atau supermarket untuk membeli camilan dan makanan pendamping.

Perlunya media promosi yang tepat guna bagi produk ini dapat menimbulkan brand awareness bagi produk kerupuk “Berkah” kepada masyarakat Tuban dan di luar Tuban yang belum mengenal produk kerupuk “Berkah”. Dengan adanya promosi, produk Kerupuk “Berkah” bisa lebih dikenal dan dapat menghasilkan nilai penjualan yang lebih tinggi dari segmen usia muda.

### **METODE PELAKSANAAN**

Data primer yang digunakan adalah interview, wawancara, dan observasi lapangan secara langsung. Wawancara dilakukan dengan struktur bebas, pertanyaan tidak tersusun secara sistematis dan formal. Wawancara akan dilakukan pada pengelola Industri rumah tangga kerupuk bawang “Berkah”, pemilik Industri rumah tangga kerupuk bawang “Berkah” adalah Ny. Yayuk Indayani.



Gambar 2. Interview dan Wawancara

Observasi secara langsung ialah kegiatan secara langsung datang ke lokasi objek perancangan (Ihsan, 2021). Setelah itu, Penulis Mengamati langsung dan mengumpulkan data-data yang diperlukan.



Gambar 3. Observasi Lapangan

Data sekunder yang digunakan adalah kepustakaan, internet, dan dokumentasi data. Kepustakaan merupakan teknik observasi secara tidak langsung. Dilakukan dengan mencari informasi melalui media-media cetak seperti Koran, buku, majalah, maupun jurnal. Internet dilakukan dengan melakukan penelitian terhadap data yang lewat jaringan internet seperti artikel, media sosial, website. Data didapat biasanya berupa komentar konsumen, tingkat pengetahuan masyarakat mengenai produk tersebut.

Metode dokumentasi data yang dilakukan dengan cara memotret, mencatat, merekam, mengamati, dan sebagainya. Dokumentasi ini berupa buku, gambar, foto, video, dan arsip.

Pada analisa data, menggunakan analisa 5W1H yang terdiri dari What (apa), where (dimana), when (Kapan), who (Siapa), why (Kenapa), how (bagaimana). Metode ini digunakan untuk menjawab permasalahan media promosi apa yang tepat bagi calon konsumen produk kerupuk bawang “Berkah. Dari analisa tersebut dapat diketahui informasi apa saja yang dibutuhkan dalam desain promosi, kepada siapa promosi tersebut ditujukan, dimana tempat yang cocok untuk meletakkan media promosi, siapa yang menjadi target promosi, kapan waktu yang tepat untuk melakukan promosi dan bagaimana merancang desain media promosi yang menarik dan informatif sehingga dapat ditemukan solusi masalah-masalah dan juga bentuk media informasi yang tepat.

Konsep perancangan yang digunakan adalah menggunakan desain dan media yang mempermudah konsumen dan calon konsumen mengenal produk kerupuk bawang “Berkah”. Seperti desain yang dibuat unik dan semenarik mungkin sehingga mudah diingat oleh konsumen dan media promosi seperti website, IG, Facebook dan Shopee yang mempermudah konsumen untuk berbelanja dan memperoleh informasi, serta media promosi lain yang berhubungan dengan informasi tentang produk yang menarik bagi target pasar yaitu usia muda. Konsep perancangan ini memiliki karakter visual modern, mengingat target pasar yang dituju merupakan usia muda yang memerlukan desain yang fresh, tidak kuno, berbeda dari kerupuk merk lainnya sehingga desain yang dihasilkan menjadi media yang informatif dan menarik.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pihak produksi. diperlukan suatu metode pendekatan yaitu: Pelatihan Digital Marketing dimaksudkan untuk memperoleh pengetahuan akan teknik marketing di era digital sehingga produk dapat dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 4. Pamflet Pelatihan digital Marketing

Pelatihan Desain Grafis dimaksudkan untuk dapat memperoleh sumber daya manusia yang dapat merancang desain label kerupuk dengan inovatif dan menarik.



Gambar 5. Pamflet Pelatihan Desain Grafis

Pembuatan Situs digunakan untuk menampilkan kerupuk yang ditawarkan, beserta cara pemesanannya. Pembuatan Media Promosi seperti IG, Facebook, dan Shopee digunakan karena media promosi ini merupakan media sosial yang hampir setiap saat mereka mengaksesnya. Beberapa langkah yang dilakukan adalah persiapan tempat bagi pelatihan Digital Marketing dan Desain grafis, Persiapan materi pelatihan, Penentuan waktu pelatihan, pengumpulan data, pembuatan Web/situs, pembuatan Media Promosi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan, yaitu Pelatihan Digital Marketing, Pelatihan Desain Grafis, dan Pembuatan Website. Pelatihan digital marketing dilaksanakan pada hari Minggu, 7 Agustus 2022. Pelatihan Digital Marketing dilakukan untuk mempelajari konsep digital marketing dan komunikasi online, bagaimana perencanaan komunikasi pemasaran digital yang efektif.



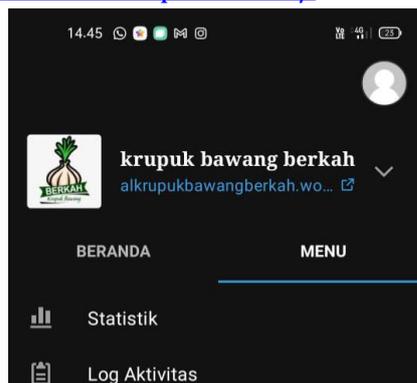
Gambar 6 dan 7. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan Desain Grafis dilaksanakan pada hari Senin, 11 Agustus 2022. Pelatihan Desain Grafis ini dilakukan untuk mendukung ibu-ibu penghasil agar dapat menghasilkan desain ataupun gambar produk kerupuk bawang yang sesuai sehingga bisa untuk promosi penjualan. Gambar kerupuk yang dihasilkan akan dibuat dalam katalog produk kerupuk yang dibuat.



Gambar 8 dan 9. Pelaksanaan Pelatihan Desain Grafis

Pembuatan Website berisi gambar produk yang dihasilkan, cara memesan produk, sampai cara pembayaran. Dibuat website dengan alamat website yaitu: <https://alkrupukbawangberkah.wordpress.com/>



Gambar 10. Website Krupuk Bawang “Berkah”

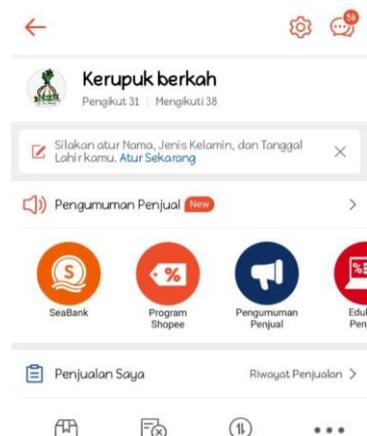
Pembuatan Media Promosi berisi gambar produk yang dihasilkan, cara memesan produk sampai cara pembayaran. Dibuat Media Promosi dengan Alamat IG : [berkah.krupuk](https://www.instagram.com/berkah.krupuk)



Gambar 11. instagram



Gambar 12. Facebook



Gambar 13. Shopee

Dalam hal ini strategi desain yang digunakan adalah melakukan seleksi desain sebagai media untuk menunjukkan ciri khas Kerupuk Bawang “Berkah”. Dalam pemilihan strategi desain, ada beberapa pertimbangan sebagai berikut :

Berbagai jenis desain memiliki keunggulan masing-masing dalam visualisasi, warna, derajat kepercayaan, demonstrasi, serta kemampuan menjelaskan hal-hal. Hal ini dikaitkan dengan jenis produk. Isi pesan berkaitan dengan keperluan menyampaikan pesan, apakah mendadak dan apakah isi pesan tersebut detail. Biaya yang sanggup dikeluarkan pengiklan. Hal ini berkaitan dengan penyesuaian desain dan media dengan kemampuan finansial pihak pemroduksi sehingga tidak memberatkan dan sesuai dengan anggaran. Dalam perancangan media promosi Kerupuk Bawang “Berkah” akan digunakan strategi desain sebagai berikut :



Gambar 14. Logo Produk



Gambar15. Label Produk



Gambar 16. Banner

Label yang telah didesain akan ditempelkan di produk dengan tampilan sebagai berikut:



Gambar 17. Tampilan Label di Produk

Banner yang telah didesain akan dicetak dan diserahkan kepada pemilik usaha Kerupuk Bawang “Berkah”



Gambar 20. Penyerahan banner

## **SIMPULAN**

Setelah pelaksanaan Pelatihan digital marketing, masyarakat sasaran mampu mengakses internet dan mengelola website sesuai dengan keinginan masing-masing, setelah Pelatihan Desain Grafis, masyarakat mampu membuat desain produk yang lebih bervariasi dan inovatif, setelah pembuatan Website dan media promosi, diharapkan produk krupuk bawang "Berkah" akan dikenal oleh masyarakat luas sehingga meningkatkan nilai jual krupuk bawang "Berkah". Untuk pelaksanaan selanjutnya, masyarakat khususnya generasi muda diharapkan mempunyai sebuah wadah yang dapat menampung para produsen untuk dapat memasarkan produknya sampai ke luar negeri. Untuk desainnya, diharapkan mampu memberikan yang terbaru bagi para konsumen.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kami sampaikan kepada pihak Universitas Islam Darul Ulum yang telah memberikan kami kesempatan dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat bersama dengan mahasiswa. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh pihak masyarakat yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam kesuksesan acara pengabdian kepada masyarakat ini.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Ihsan, Bisarul, and Aulia Zuhruhi Nafisa. "*Analisis Wacana Kritis pada Kumpulan Esai Muslim Tanpa Masjid Karya Kuntowijoyo.*" Hasta Wiyata 4.1 (2021): 50-57.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 2002
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2010
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Intergrated Marketing*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama. 2009
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi, *Nirmana Elemen-Elemen Seni dan Desain*, Yogyakarta: Jalasutra. 2009
- Dewantari, Nustin Merdiana, Mutaqin, Ade Irman Saeful, Mariawati, Ade Sri, dkk. "*Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Ekonomi Dengan Inovasi Olahan Pisang*". J. Abdipamas 6.1 (2022): 83-88
- Azizah, Aida, Chamalah, Evi, Arsanti, Meilan, dkk. "*Pendampingan Pemasaran Online Hasil Pengolahan Kopi di Desa Wisata Lerep Ungaran Barat Kabupaten Semarang*". J. Abdipamas 6.1 (2022): 99-106
- Suranto, Suranto, Sari, Dhany Efitia, Narimo, Sabar, dkk. "*Optimalisasi Penggunaan Digital Marketing Melalui Sosial Media dan E-Commerce pada Industri Kecil Menengah di Desa Kingkang, Kabupaten Klaten*". J. Abdipamas 6.1 (2022): 123-136