



Optimalisasi Visualisasi Produk Dapur 80 melalui Katalog Menu, Sticker dan Neon Box

Optimizing Dapur 80 Product Visualization through Menu Catalog, Stickers and Neon Box

Nur Rofiddatul Rofikoh¹, Dwi Ratna Pranatawati², Sekar Apriliana Kusumawati³, Septa Fiqri Rizmawan⁴, Dimas Setyanto⁵, Ambar Istiyani^{6*}

¹⁻⁶Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA, Salatiga, Indonesia

*Korespondensi penulis: ambar@stieama.ac.id

Article History:

Received: Januari 20, 2025

Revised: Februari 06, 2025

Accepted: Februari 23, 2025

Online Available: Februari 26, 2025

Keywords: Menu Catalogs, Marketing, Product Visualization, Product Stickers, Neon Box.

Abstract: *The purpose of this community service activity is to enhance the innovation and product visualization of the Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) Dapur 80 to increase consumer awareness and familiarity with its products. Through observations and interviews, several challenges were identified, including Dapur 80 lacked a consistent visual identity, used simple product packaging, had an unorganized menu, and did not have an appealing business location marker. To address these issues, the activity focused on designing and producing menu catalogs, product stickers, and a neon box—each playing a crucial role in enhancing product appeal. The results indicated successful implementation: catalogs were distributed to resellers, 100 stickers were printed and applied to product packaging, and one neon box was installed at the business location. An evaluation with the owner revealed satisfaction with the developed promotional media. Within just ten days of use, Dapur 80 recorded an increase of 11 new customers. However, the project was limited by its relatively short duration of one month, which constrained the measurement of long-term impacts. Despite this limitation, the community service activity contributed significantly to improving Dapur 80's sales performance, demonstrating that enhanced product visualization can attract consumer attention, stimulate demand, and increase turnover.*

Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan inovasi dan visualisasi produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dapur 80 sehingga konsumen lebih mengenal produknya. Dengan observasi dan wawancara tim pengabdian menemukan permasalahan yang dihadapi Dapur 80, yakni minimnya inovasi penyajian produk dan kurangnya media pemasaran yang kreatif dan profesional. Secara khusus, Dapur 80 tidak memiliki identitas visual yang konsisten, kemasan produk sederhana, menu tidak terorganisir, dan tidak ada penanda lokasi usaha yang menarik. Kegiatan ini dilakukan dengan desain dan pembuatan katalog menu, stiker produk, dan neon box yang memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik produk. Hasil menunjukkan bahwa kegiatan telah tercapai, yakni dua katalog cetak tersedia di toko dan katalog elektronik dikirimkan ke *reseller*, 100 stiker tercetak dan disematkan pada kemasan produk, dan satu buah neon box terpasang. Evaluasi bersama pemilik menunjukkan bahwa pemilik merasa puas dengan ketiga media yang telah dibuat. Hanya dalam waktu sepuluh hari, telah terjadi kenaikan 11 orang konsumen baru karena memanfaatkan media visual tersebut. Keterbatasan pengabdian ini adalah waktu kegiatan yang relatif singkat, yakni satu bulan, sehingga capaian dalam jangka panjang belum dapat diukur lebih mendalam. Kontribusi dari kegiatan pengabdian ini adalah membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan karena visualisasi produk yang lebih baik akan menarik perhatian konsumen, mendorong peningkatan permintaan dan omzet.

Kata Kunci: Katalog menu, Neon box, Pemasaran, Stiker produk, Visualisasi Produk,

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utama berbasis pada pendayagunaan sumber daya alam, bakat dan karya seni tradisional dari daerah setempat (Abdul, 2020). Pada tahun 2024, diantara berbagai jenis UMKM yang ada di Indonesia, sektor industri makanan dan minuman memiliki peran sebesar 39,91%, atau 6,47% dari total PDB Nasional (Sandi, 2024). Dengan besarnya persaingan bisnis saat ini, UMKM harus lebih inovatif dan kreatif untuk memperkenalkan produk mereka.

Pada industri kuliner, strategi pemasaran yang efektif dapat berupa peningkatan desain dan visualisasi melalui katalog menu, stiker produk, dan *neon box* yang dapat membantu untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya tarik produk. Katalog produk baik cetak maupun digital merupakan salah satu strategi promosi yang efektif untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Rustriani et al., 2021). Selain katalog produk, stiker produk juga dapat membantu meningkatkan branding pada produk (Suwandi et al., 2023). Neon box juga dapat membantu memudahkan pelanggan untuk menemukan lokasi UMKM, neon box merupakan media promosi yang terbuat dari bahan akrilik serta dilengkapi dengan lampu neon (Duratun et al., 2024).

Dapur 80 adalah sebuah UMKM makanan kecil yang beralamat Jl. Tidore, Kelurahan Tegalrejo, Kecamatan Argomulyo, Kota Salatiga, Jawa Tengah. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh tim pengabdian, pemilik Dapur 80 belum memaksimalkan pemasaran yang kreatif sehingga jangkauan pasarnya kurang. Secara khusus, Dapur 80 tidak memiliki identitas visual yang konsisten, kemasan produk sederhana, menu tidak terorganisir, dan tidak ada penanda lokasi usaha yang menarik. Oleh sebab itu, tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan inovasi dan visualisasi produk Dapur 80 sehingga konsumen lebih mengenal produknya. Dengan memanfaatkan media pemasaran berupa katalog produk, stiker produk, dan neon box diharapkan Dapur 80 dapat menarik lebih banyak pelanggan untuk membeli produk mereka sehingga penjualan dan omzet meningkat.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan bagian dari Kuliah Praktek Pemberdayaan Masyarakat (KPPM) mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA Salatiga. Kegiatan dilakukan pada tanggal 15 Januari 2025 sampai 18 Februari 2025 di Kelurahan Tegalrejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah. Tim pengabdian terdiri dari sepuluh mahasiswa dan satu orang dosen pendamping lapanga. Anggota mahasiswa dibagi lagi menjadi dua kelompok yang berfokus pada dua kegiatan, yaitu: (1) optimalisasi visualisasi produk, dan (2) pengembangan pemasaran digital. Laporan tentang pengembangan pemasaran digital ditulis secara terpisah dari laporan ini. Berdasarkan kondisi dan kebutuhan yang telah diuraikan di atas, maka solusi yang ditawarkan dapat dijelaskan dalam Tabel 1. Berikut ini:

Tabel 1. Permasalahan, Solusi, dan Indikator Capaian

PERMASALAHAN MITRA	SOLUSI	TARGET LUARAN	INDIKATOR CAPAIAN
Kurangnya jangkauan pasar Dapur 80 karena kurangnya media pemasaran yang kreatif.	Peningkatan daya tarik produk melalui inovasi visualisasi produk Dapur 80.	(1) Desain dan pembuatan Katalog menu produk Dapur 80 (2) Desain dan cetak sticker produk Dapur 80 (3) Desain dan pemasangan Neon Box Dapur 80 (4) Evaluasi hasil bersama pemilik UMKM	(1) Satu buah katalog menu produk tercetak untuk toko dan satu e-file katalog dikirimkan kepada para reseller Dapur 80. (2) 100 lembar sticker telah dicetak dan disematkan pada kemasan produk (3) Satu buah neon box sebagai penanda lokasi usaha telah terpasang. (4) Kepuasan pemilik UMKM dengan peningkatan jumlah pelanggan sekurang-kurangnya lima orang dalam jangka sepuluh hari setelah media visualisasi dipublikasikan.

Sementara itu, langkah-langkah kegiatan pengabdian masyarakat pada Dapur 80 dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Observasi dan Wawancara

Kegiatan ini merupakan langkah awal yang dilakukan untuk memahami kondisi dan masalah yang dialami oleh UMKM Dapur 80 secara menyeluruh.

2) Perencanaan (*Planning*)

Setelah mengumpulkan data, tim pengabdian berdiskusi untuk membahas masalah yang dihadapi dan merancang solusi yang mungkin diimplementasikan untuk mengatasi masalah.

3) Desain awal (*Prototyping*)

Tahap ini meliputi pembuatan desain awal sticker untuk produk yang baru, katalog menu, neon box dengan tujuan memberikan identitas visual yang menarik dan professional.

4) Revisi dan desain ulang (*Redesigning*)

Berdasarkan umpan balik yang diterima, tim pengabdian melakukan penyesuaian dan perbaikan pada desain yang telah dibuat.

5) Desain akhir dan penyerahan (*Final Design and Submission*)

Penyampaian desain revisi kepada pemilik Dapur 80 dan penyerahan desain final katalog dan sticker serta pemasangan neon box.

6) Evaluasi

Evaluasi dilakukan bersama antara tim pengabdian dan pemilik Dapur 80 untuk mengukur capaian hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Wawancara dan Observasi

Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini diawali dengan kegiatan wawancara dan observasi yang dilaksanakan pada tanggal 15 Januari 2025 di lokasi usaha Dapur 80 yang juga merupakan rumah tinggal pemilik. Wawancara dan diskusi dilakukan bersama dengan pemilik untuk menggali informasi yang berkaitan dengan aktivitas produksi, produk dan pemasaran yang telah dilakukan. Gambar 1. menunjukkan proses wawancara dan diskusi bersama pemilik usaha. Sementara itu, observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses produksi, produk dan pemasaran UMKM Dapur 80 guna mendapatkan gambaran UMKM yang lebih komprehensif. Selain itu, dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder seperti foto produk, foto logo, foto label kemasan, foto sticker dan foto pelaksanaan kegiatan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi ini ditemukan sejumlah permasalahan yang dihadapi oleh Dapur 80.



Gambar 1. Wawancara dan Diskusi



**Gambar 2. Perencanaan Proyek Bersama
Pemilik Dapur 80**

Perencanaan (*Planning*)

Berdasarkan wawancara dan observasi langsung, tim pengabdian merumuskan permasalahan yang dihadapi Dapur 80 sekaligus merencanakan beberapa proyek untuk mengatasi kendala tersebut. Gambar 2. menunjukkan proses perencanaan tim pengabdian bersama dengan pemilik Dapur 80. Adapun proyek yang dianggap penting dan disepakati bersama dengan pemilik adalah:

- a. Pembuatan katalog menu produk untuk memberikan informasi tentang produk-produk Dapur 80. Proyek ini penting untuk dilakukan karena selama ini pemilik belum pernah memiliki katalog produk yang dapat ditunjukkan kepada reseller atau konsumen. Katalog menu dapat mempermudah pemasaran karena dapat memberikan informasi secara non-verbal sekaligus sebagai upaya penataan produk.
- b. Pembuatan desain sticker baru untuk produk aneka peyek (keripik) agar lebih memiliki daya tarik. Proyek ini dibutuhkan karena desain sticker sebelumnya belum menunjukkan variasi jenis peyek.
- c. Pembuatan neon box sebagai media visual sekaligus visibilitas toko atau lokasi usaha. Proyek ini krusial karena sebelumnya penanda lokasi usaha hanya berupa banner yang sudah mulai usang dan tidak tampak dari sisi samping.

Desain awal (*Prototyping*)

Pada tahap ini, tim pengabdian membuat desain katalog menu produk, sticker, dan neon box. Untuk katalog menu, berbagai jenis produk didokumentasikan menjadi gambar produk yang disusun menarik dan rapi, lalu ditambahkan dengan informasi mengenai produk nama, variasi produk, dan harga produk. Gambar 3. menunjukkan desain katalog menu produk. Untuk sticker, desain produk dibuat diantaranya untuk aneka jenis produk peyek dan produk baru yaitu peyek kembang. Gambar 4. menunjukkan prototype desain sticker aneka peyek dan peyek kembang. Kemudian untuk neon box, desain dibuat dengan menampilkan logo Dapur 80. Gambar 4 menunjukkan desain untuk neon box sebagai penanda lokasi.



Gambar 3. Desain Katalog Menu



Gambar 4. Desain Stiker Produk prototype untuk aneka peyek



Gambar 5. Desain Neon Box

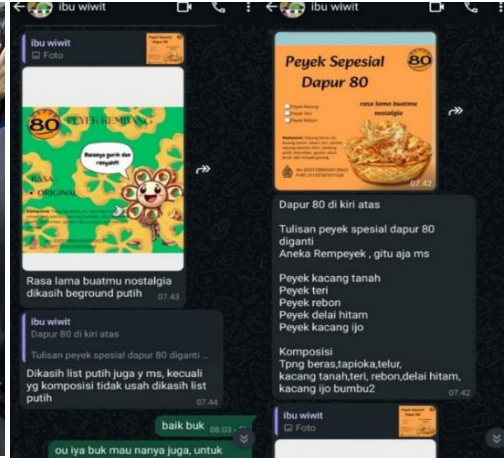
Revisi dan desain ulang (*Redesigning*)

Tim pengabdian melakukan revisi dan desain ulang berdasarkan umpan balik yang diterima dari pemilik Dapur 80. Pemilik memberikan masukan terhadap desain baik secara langsung maupun dalam jaringan. Gambar 6. menunjukkan diskusi bersama untuk revisi desain katalog dan Gambar 7. menunjukkan komunikasi antara tim pengabdian dan pemilik Dapur 80 melalui aplikasi Whatsapp terkait revisi sticker kemasan produk. Diskusi dan komunikasi sangat penting untuk memastikan media yang diproduksi relevan untuk media pemasaran dan sesuai dengan harapan

pemilik.



Gambar 6. Diskusi dan Revisi Desain Katalog



Gambar 7. Komunikasi untuk Revisi Sticker Produk Peyek

Desain akhir dan penyerahan (*Final Design and Submission*)

Finalisasi desain kemudian dilakukan untuk membuat media yang relevan untuk pemasaran dan sesuai dengan saran dari pemilik. Ketika ua buah katalog menu cetak, satu buah e-file katalog, dan 100 buah sticker desain diserahkan secara langsung kepada pemilik. Selain itu, neon box dipasang di depan toko pada malam hari untuk sekaligus memeriksa apakah alat berfungsi dengan baik.



Gambar 8. Penyerahan Katalog dan Sticker



Gambar 9. Pemasangan Neon Box

Evaluasi

Setelah melakukan tahap-tahap tersebut tim pengabdian melakukan wawancara kepada pemilik Dapur 80 terkait dengan hasil akhir kegiatan pengabdian. Pemilik merasa senang dengan ketiga media yang telah dihasilkan dan mengatakan ketiganya telah membantunya dalam pemasaran produk Dapur 80. Katalog telah dikirimkan kepada para resellernya dan mempermudah menunjukkan produknya kepada mereka. Katalog cetak yang tersedia di toko juga membantu untuk menunjukkan produk tanpa banyak penjelasan secara verbal. Sticker baru juga telah disematkan pada produk-produk peyek. Pemilik menceritakan bahwa setidaknya ada 11 konsumen baru yang membeli produk Dapur 80 setelah media-media dipublikasikan. Hal ini melampaui indikator capaian yang hanya menargetkan lima orang pelanggan baru.



Gambar 10. Foto bersama tim pengabdian dan pemilik Dapur 80 paska evaluasi

4. DISKUSI

Prosesnya kegiatan kepada masyarakat ini melibatkan beberapa tahapan, yaitu observasi, perencanaan, desain awal, revisi dan desain ulang, desain akhir dan penyerahan hasil, serta evaluasi. Langkah-langkah tersebut menghasilkan peningkatan yang signifikan pada daya tarik visual produk dan tempat usaha Dapur 80. Pengembangan dan penggunaan katalog menu membuat pemilik merasa puas, karena memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan melalui pencantuman nama produk, gambar, dan harga. Penyajian yang komprehensif ini membantu memperlancar proses pengambilan keputusan bagi pelanggan saat memilih produk (Ilham, 2022;

Rustriani et al., 2021).

Selain itu, pembuatan sticker produk yang menarik secara visual berperan penting dalam meningkatkan identitas grafis merek dan daya tarik produk. Sticker yang didesain secara profesional dan relevan dengan produk tidak hanya menarik perhatian konsumen, tetapi juga menumbuhkan persepsi positif terhadap merek (Ainun et al., 2023; Suwandi et al., 2023). Demikian pula, pemasangan neon box yang didesain dengan baik secara signifikan meningkatkan visibilitas toko dan kemudahan pelanggan dalam menemukan Dapur 80. Neon box memberikan tampilan etalase yang lebih profesional dan efektif menarik perhatian calon pelanggan yang lewat (Duratun et al., 2024). Media visual ini secara kolektif berkontribusi dalam memperkuat kehadiran pasar Dapur 80 dan keterlibatan pelanggan. Telah terjadi kenaikan jumlah pelanggan baru sebanyak 11 orang hanya dalam waktu 10 hari paska media dipublikasikan. Hal ini melampaui indikator yang menargetkan hanya lima orang pelanggan baru.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan manfaat bagi UMKM Dapur 80, sebagaimana tercapainya indikator kinerja yang telah ditetapkan. Kegiatan pengabdian ini berkaitan dengan pengembangan media pemasaran meliputi pembuatan katalog produk, sticker, dan neon box. Beberapa tahap kegiatan dilakukan dari observasi dan wawancara untuk mengetahui permasalahan yang ada dan menentukan solusinya sampai dengan evaluasi hasil kegiatan. Keterbatasan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah durasi pelaksanaan kegiatan yang relatif singkat, yaitu hanya dalam satu bulan. Evaluasi hasil dalam jangka panjang diperlukan untuk mengetahui dampak secara lebih mendalam dan menyeluruh. Meski demikian, secara umum kegiatan ini telah memberikan kontribusi bagi pengembangan pemasaran UMKM sehingga meningkatkan penjualan dan omzet mereka.

6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan bagian dari Kuliah Praktik Pemberdayaan Masyarakat (KPPM) yang diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat (LP2M) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA bagi mahasiswa pada semester VII. Selain para penulis yang dicantumkan pada halaman pertama, kegiatan pengabdian ini juga dilakukan oleh lima mahasiswa lain, yaitu Nazar Atalarik, Desika Nur Faizah Magno,

Fanizza Intan Budiningsih, Dewi Retno Wulan, dan Milatushofi. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Wiwid Widayanti dan keluarga selaku pemilik Dapur 80 yang telah bekerjasama dengan baik. Terima kasih juga kepada Pemerintah Kelurahan Tegalrejo, Kecamatan Argomulyo, Kota Salatiga yang memberikan rekomendasi UMKM dan memfasilitasi kegiatan KPPM tahun 2025 ini. Isi artikel sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul, H. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Mamuju.
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM. *Jesya*, 6(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Duratun, S., Rosady, N., Aida, F., Aini, N., & Riskitasari, S. (2024). Optimalisasi media neon box sebagai sarana promosi untuk meningkatkan partisipasi kader muda dalam program PKK. 2(3), 499–505.
- Ilham, I. (2022). Perancangan buku katalog produk sebagai media promosi produsen mebel Yasmieniture. *Jurnal Dasarupa: Desain dan Seni Rupa*, 1(3). <https://doi.org/10.52005/dasarupa.v1i3.119>
- Rustriani, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan katalog produk untuk meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Masyarakat Mandiri (JMM)*, 5(5), 2615–2624.
- Sandi, F. (2024). UKM makanan di RI tembus 1,7 juta unit, serap 3,6 juta pekerja. *CNBC Indonesia*.
- Suwandi, A., Susanti, S., & Nisrina, N. (2023). Pengembangan logo pada produk sebagai branding UMKM di Desa Wisata Kertarahayu. *Journal of Tourism and Creativity*, 7(2). <https://doi.org/10.19184/jtc.v7i2.38775>