
Pentingnya Pengaplikasian *Signage* Aprillia Chiffon Cake Jogja

Galuh Mira Saktiana

Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta Indonesia



Email Korespondensi: galuhs@fe.untar.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 21-12-2025

Disetujui 01-01-2026

Diterbitkan 03-01-2026

KataKunci:

Chiffon,
signage,
lokasi,
promosi,
UMKM

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat dari LPPM Untar ini bertujuan untuk memberikan informasi penunjuk jalan bagi usaha dagang Aprillia Chiffon Cake. Usaha dagang ini beralamat di Muja-muju UH 2 / 762 Yogyakarta. Pengabdian masyarakat ini memberikan pendampingan kepada mitra pentingnya informasi mengenai lokasi tempat usaha. Pentingnya kemudahan dan layanan yang diberikan sangat menunjang majunya sebuah usaha, khususnya kuliner. Mitra mengatakan bahwa calon konsumen cukup susah untuk menemukan lokasi tersebut. Adapun produk yang dijual adalah roti chiffon beraneka rasa dan juga roti manis aneka rasa serta brownis. Produk yang ada tidak langsung jadi tetapi berdasarkan pesanan dari konsumen. Pendampingan yang dilakukan ini merujuk pada memaksimalkan keuntungan yang diperoleh, yaitu dengan mempermudah calon konsumen untuk menemukan tempat dibuatnya roti chiffon dan roti lainnya dari Aprillia Chiffon Cake. Pendampingan ini adalah berupa pentingnya penggunaan penunjuk arah (*signage*) bagi kelangsungan usaha kedepannya karena dalam lokasi tersebut ada beberapa usaha sejenis yang membuat roti manis yang hampir sama. Hal yang dilakukan ini juga seperti menjemput bola bagi calon konsumennya, karena secara tidak langsung memberikan informasi lokasi kepada calon konsumennya. Hal ini tentu saja dapat memenangkan persaingan dengan produk yang sejenis mengingat begitu banyaknya roti yang sejenis di sekitar tempat tinggal mitra. Pendampingan ini sangat membantu mitra untuk mengukur seberapa besar petunjuk yang akan dibuat, menggunakan bahan yang sesuai, jenis huruf dan warna yang dipilih untuk petunjuk lokasi. Pelaksanaan PKM berjalan dengan lancar dan sangat berguna bagi mitra.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Saktiana, G. M. (2026). Pentingnya Pengaplikasian Signage Aprillia Chiffon Cake Jogja. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 14-21. <https://doi.org/10.63822/zm4krq24>

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi jumlah usaha maupun penciptaan lapangan kerja (Hamidah dkk., 2019). Selain itu, Riana (2021) menyatakan bahwa UMKM sering menjadi bagian penting dari pemerataan ekonomi lokal karena mereka memiliki kemampuan untuk membuka peluang bisnis baru di wilayah yang lebih terpencil. Pemilihan promosi yang tepat akan membawa dampak besar demi kelangsungan hidup dari produk yang dibuat (Saktiana, 2025). Pengembangan strategi yang tepat untuk bagi para pelaku bisnis khususnya UMKM dapat sebagai penarik minat dari konsumen untuk mencoba produk (Azizah & Pribadi, 2024). Penemuan lokasi yang mudah dan juga sumber informasi yang bisa diberikan sebuah usaha dagang akan membuat konsumen menjadi lebih tertarik untuk mencoba. Faktor lokasi menjadi pemicu besar dalam sebuah usaha. Keberadaan sebuah usaha dagang sangat tergantung dengan lokasi yang dipilih, dekat dengan warga, mudah untuk ditemukan, kenyamanan dan kemudahan akses untuk sampai ke tempat yang dituju juga menjadi pilihan.

Hal yang perlu diperhatikan juga apabila sebuah usaha dagang masuk ke gang kecil, bagaimana lokasi itu mudah ditemukan juga oleh pelanggan. Sebuah fakta menyatakan bahwa banyak orang yang paham mengenai informasi yang diberikan kepada seseorang untuk menuju titik A ke titik B akan bertanya kepada seseorang tanpa melihat peta (Calori & Eynden, 2015). Oleh karena itu diperlukan penunjuk arah yang mudah untuk ditemukan, agar lokasi tersebut lebih mudah untuk dikunjungi. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan memberikan petunjuk arah. Rekomendasi Tanda yang menunjukkan rute atau lokasi tertentu dan membantu orang menemukan tempat disebut arah. Kedua alat ini membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) karena menjadi lebih menarik bagi pelanggan dan mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis (Sabela & Pudjoprastyono, 2024). Dijelaskan bahwa penggunaan penunjuk arah atau sering disebut dengan *signage* ini sebagai sarana informasi dan petunjuk untuk menuju ke sebuah tempat yang sulit untuk ditemukan (Zami et al., 2023). *Signage* merupakan rangkaian representasi visual dan simbolik grafik, dengan bertujuan sebagai media interaksi antara manusia dengan ruang publik. (Andrijanto, 2018). Sedangkan menurut Tinarbuko (2008) *signage* adalah sebuah rangkaian presentasi sebuah gabungan dari visual dan simbolik grafik, yang bertujuan sebagai bentuk interaksi yang terjadi antara manusia dengan ruang publik.

Menjamurnya usaha kuliner di Jogja membawa dampak yang berarti untuk para UMKM bertahan hidup dan memenangkan persaingan. Salah satu usah kuliner yang ada di Jogja adalah Aprillia Chiffon Cake, yang beralamat di Muja-Muju UH 2/ 762 Yogyakarta 55165. Usaha dagang ini bergerak dalam bidang kuliner yang menjual *chiffon cake* aneka rasa, kemudian roti manis berbagai rasa dan juga brownis mini panggang. Lokasi sekitar Muja-Muju ini banyak menjual roti manis. Banyaknya penjual yang sejenis ini mau tidak mau tentu saja memaksa mereka harus melakukan promosi supaya bisa tetap bertahan di pasaran. Penemuan lokasi mitra ini cukup sulit ditemukan karena masuk ke gang kecil sehingga pelanggan harus mencari cukup lama

Setelah dilakukan wawancara yang mendalam dengan mitra, hal ini tentu saja membuat masalah bagi mitra, yaitu persaingan dalam usaha. Mitra PKM Untar saat ini mengalami kendala masalah penemuan lokasi dari Aprillia Chiffon Cake karena tidak adanya penunjuk jalan dan informasi sebagai sarana promosi. Jadi solusi yang bisa diberikan untuk mitra adalah dengan memberi pemahaman dan desain untuk membuat penunjuk arah dan juga pentingnya pemahaman penggunaan *signage* untuk keberhasilan sebuah usaha

dagang yang lokasinya tidak di pinggir jalan. Pencarian lokasi yang mudah akan membuat pelanggan lebih mudah untuk menemukan lokasi mitra (Hamidah & Panduwinata, 2022). Oleh karena itu kegiatan PKM ini bertujuan untuk mendampingi dan pembuatan penunjuk arah untuk tempat usaha tersebut sehingga dapat memberikan manfaat seperti yang direncanakan sebagai visibilitas dan peluang usaha lebih terbuka.

METODE PELAKSANAAN

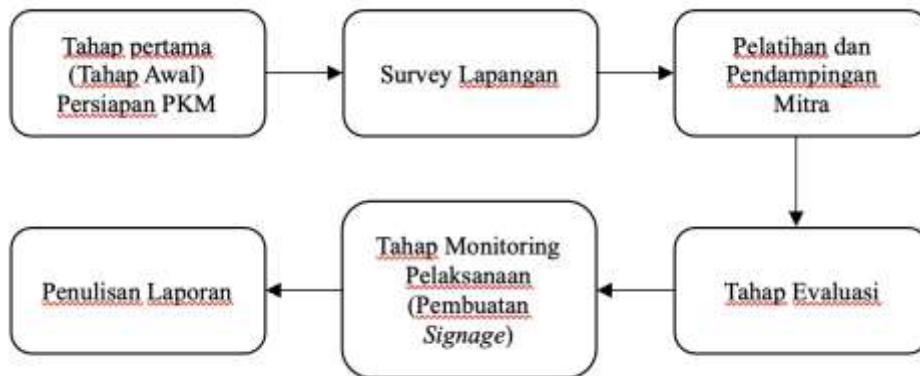
Menguraikan Metode pelaksanaan yang akan digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam pendampingan dan pembuatan baner adalah sebagai berikut:

1. Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan in-depth interview (Malhotra, 2010), yaitu wawancara secara mendalam dengan pihak mitra Aprillia Chiffon Cake mengenai bisnis yang berjalan saat ini dan juga menceritakan mengenai kendala apa saja yang dihadapi.
2. Langkah kedua adalah menggunakan metode yang berisi tanya jawab dari tim ABDIMAS dan mitra mengenai pemberian materi yang berisi penjelasan dan pengertian dari Lokasi dan papan nama petunjuk untuk usaha dagang.
3. Memberikan pelatihan atau tutorial pembuatan *signage* yang baik dan sesuai dengan yang dibutuhkan mitra dimulai dari ukuran dari *signage* yang dibuat, meliputi luas dan tinggi, warna yang dipilih, dan jenis tulisan yang akan dipakai, pemilihan bahan yang digunakan, penyangga atau digantangkan *signage* tersebut.

Langkah-langkah/Tahapan Pelaksanaan

Langkah-langkah pada saat pelaksanaan pengabdian masyarakat bagi UMKM adalah sebagai berikut:

1. Tahap persiapan, awal mula adalah hal pertama yang harus dilakukan. Kegiatan yang dilakukan oleh PKM UNTAR meliputi diskusi dengan pihak mitra, yang kemudian dilanjutkan dengan koordinasi mengenai waktu dengan mitra untuk pelaksanaan kegiatan PKM. Selanjutnya wawancara dilakukan mengenai waktu dengan mitra untuk pelaksanaan diskusi. Pada tahapan ini memerlukan waktu sekitar lima hari.
2. Langkah kedua yang dilakukan yaitu melakukan pendampingan yang sangat penting untuk mitra Aprillia Chiffon Cake, yaitu dengan memberikan materi mengenai lokasi dan kemudahan akses, penjelasan lanjutan mengenai *signage*. Pentingnya kemudahan akses bagi para konsumen untuk menemukan lokasi
3. Langkah ketiga adalah tahap yang dinamakan tahap pelaksanaan, yaitu memberikan penjelasan pembuatan penemuan illoasi mitra melalui pembuatan desain petunjuk jalan (*signage*) antara tim PKM UNTAR dan mitra Aprillia Chiffon Cake.



Gambar 1. Diagram Alir PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan selama kurang lebih 1 bulan 15 hari. Pembuatan *signage* yang digunakan oleh Aprillia Chiffon Cake disesuaikan dengan warna dan logo yang digunakan pada usaha dagang tersebut. Pertemuan awal yang dilakukan adalah pemilihan kegiatan promosi yang dilakukan melalui promosi online dan promosi offline. Pemilihan promosi dengan pemasangan *signage* atau dikenal dengan papan petunjuk arah nama jalan atau sebuah tempat merupakan tanda am yang dirancang dengan alat bantu bisa berupa tiang untuk mengetahui suatu tempat atau sebuah lokasi tertentu sehingga mudah dikenali banyak orang (Suparman, 2022). Perlu diketahui bahwa sebuah tempat yang kurang terkenal karena tempat yang kecil, susah untuk dijangkau karena daya tarik terbatas dan tidak ada yang diiklankan akan membuat citra menjadi lemah (Yananda & Salamah, 2014). Hal ini akan membuat tidak dikenalnya sebuah tempat usaha dan menjadi turun omsetnya.

Pembahasan awal akan diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan papan informasi sesuai dengan ukuran dari tembok atau dinding yang akan digunakan untuk memasang penunjuk arah ke lokasi mitra. Survei lokasi atau tempat yang akan dijadikan tempat pemasangan plang penunjuk arah, dan persiapan segala keperluan yang diperlukan baik alat maupun bahan sebagai penunjang dalam proses pembuatan plang sangat diperlukan (Yasin & Rahdiana, 2020). Pemilihan warna, tulisan dan bahan juga diperlukan pada tahap ini. Penerapan struktur kalimat efektif dibahas untuk menunjukkan bagaimana prinsip-prinsip kebahasaan diterapkan agar informasi dapat dipahami dengan mudah dan cepat oleh pelanggan dengan berbagai latar belakang dan mempermudah pelanggan menemukan lokasi. Kegunaan sign adalah sebagai berikut: 1) sign sebagai pemberi informasi, artinya bahwa untuk memberikan pengarahan dan informasi yang terkait dengan sesuatu yang ingin disampaikan; 2) sign sebagai pengontrol, artinya bahwa penggunaan ekstensif dari symbol yang membentuk suatu tanda internasional yang menyatukan perbedaan-perbedaan nasional; 3) sign sebagai dekoratif atau sebuah penghias, misalnya baner (Baines & Dixon, 2003).

Pemilihan warna akhirnya dibuat sama dengan logo dan label dari Aprillia Chiffon Cake yaitu dominan warna hitam dan merah. Pemilihan warna merah dan hitam, memberikan kesan elegan. Huruf dan

besar huruf disesuaikan dengan ukuran 80 x 80 cm, pada pemasangan plang yang pertama. Kemudian pemasangan plang yang kedua adalah 50 x 50 cm mengingat tempat pemasangan minim sehingga disesuaikan dengan tempat yang tersedia. Pemasangan penunjuk arah disesuaikan dengan tempat yang tersedia. Berikut adalah pemasangan *signage* untuk Aprillia Chiffon Cake. Berikut adalah Gambar 2 dan Gambar 3 merupakan desain *signage* yang digunakan.



Gambar 2. Desain *signage* 1



Gambar 3. Desain *signage* 2

Setelah dilakukan pembuatan desain penunjuk arah seperti tampak pada Gambar 2 dan Gambar 3, selanjutnya adalah melakukan pemasangan papan penunjuk arah sesuai dengan Gambar 4, Gambar 5, Gambar 6, Gambar 7, Gambar 8 dan Gambar 9.



Gambar 4. Sebelum dipasang *signage* 1



Gambar 5. Setelah dipasang *signage* 1



Gambar 6. Sebelum dipasang signage 2



Gambar 7. Setelah dipasang signage 2



Gambar 8. Sebelum dipasang signage 3



Gambar 9. Setelah dipasang signage 3

Pemasangan signage pada Aprillia Chiffon Cake memiliki 3 titik pemasangan. Hal ini dilakukan untuk lebih mempermudah konsumen dari dua arah baik dari arah barat dan timur untuk menemukan lokasi mitra. Pada Gambar 5 pemasangan signage menggunakan bambu, mengingat space yang ada tidak lebar sehingga menyesuaikan dengan tempatnya. Kemudian pemasangan signage pada Gambar 7 dan 9 menggunakan lem yang ditempelkan pada tembok, pemasangan ini tentu saja izin kepada tetangga yang memiliki tembok tersebut.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat PKM UNTAR berjalan dengan baik dan lancar. Mitra sangat terbantu dengan adanya pemasangan *signage* dan penjelasan pentingnya pemasangan signage. Pemasangan signage ini diharapkan dapat mempermudah pelanggan, tukang gojek dan calon konsumen menjadi lebih mudah untuk menemukan lokasi dari Aprillia Chiffon Cake. Mitra juga berharap setelah dilakukan pemasangan ini omset mereka akan menjadi naik karena kemudahan akses dari pemasangan tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih untuk LPPM UNTAR Jakarta dan mitra Aprillia Chiffon Cake atas terlaksananya pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrijanto, M. S. (2018), “Perancangan Alternatif Sign System Sebagai Informasi Lokasi Penjualan di Pasar Legi Kota Gede”, *Jurnal Desain*, Vol. 5, No. 3, pp. 223-234.
- Azizah, N. & Pribadi, J. D. (2024), “Pembuatan Desain Banner Sebagai Media Iklan Menggunakan Aplikasi Coreldraw Pada UMKM Katiga Singosari Kabupaten Malang”, *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, Vol. 18, Nomor 1, pp. 77 – 87.
- Baines, P. & Dixon, C. (2003), “Signs: Lettering in the Environment”, Laurence King Publishing / HarperCollins.
- Calori, C. & Eynden, D. V. (2015), “Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems”, John Wiley & Sons, New York.
- Hamidah, I & Panduwinata, L. F. (2022), “Pemasangan Plang Arah Jalan Sebagai Upaya Peningkatan Fasilitas Desa Medalem Kecamatan Modo,” Abimanyu J. Community Engagem., Vol. 3, No. 2, pp. 45–50
- Hamidah, Q. R., Sejati, A. T. P., & Mujahidah, A. Z. (2019). The Development of Small and Medium Businesses (MSMEs) Based on Technology to Deal with The Industrial Revolution 4.0. Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series, 2(1), 345. <https://doi.org/10.20961/shes.v2i1.38431>
- Malhotra, N. K. (2010). Marketing research: An applied orientation. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Noverta, Y. S. & Pudjoprastyono, H. (2024), “Pentingnya Banner Dan Petunjuk Arah Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM "Batik Broyo", *Journal of Human and Education*, Vol. 4, No. 6, pp. 744-749.
- Riana, L. (2021). Peran UMKM dalam Pemerataan Ekonomi Daerah. *Jurnal Ekonomi Daerah*, Vol. 6, No. 2, pp. 77-89.
- Saktiana, G. M. (2025), “Pentingnya Penggunaan Branding dan Pembuatan Baner Usaha Baru Jamu Merpati”, *Jurnal Pustaka Mitra*, Vol. 5, No. 4, pp. 175-180.
- Suparman, M. N. (2022). Pembuatan papan nama jalan untuk memudahkan masyarakat dalam mencari alamat di Kelurahan Ela-Ela, Kecamatan Ujung Bulu, Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Lepa-Lepa Open*, Vol. 1, No. 6, pp. 1307.
- Tinarbuko, Sumbo. (2008). Semiotika Komunikasi Visual. Yogyakarta: Jalasutra

-
-
- Yananda, M. R. & Salamah, U. (2014), “Branding tempat: membangun kota, kabupaten, dan provinsi berbasis identitas”, Makna Informasi.
- Yasin, M. A. & Rahdiana, N. (2020), “Pembuatan sarana desa untuk papan petunjuk dusun di Desa Kertasari”, *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, Vol. 3, No. 1, pp. 56–64.
- Zami, M. Z. Z; Cahyono, M. A; Akbar, R. M; Aji, M. N; Bahri, N. A. (2023), “Pemasangan Plang Petunjuk Arah Jalan Desa Gunung Karamat”, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Nusa*, Vol. 3, No. 2, pp. 75-79.