

PEMBUATAN BANNER SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA UMKM PEYEK BU AAS DI DESA MULYAJAYA

Aura aulia 1 Zarisnov Arafat 2

1mn21.auraaulia@mhs.ubpkarawang.ac.id , 2zarisnov@ubpkarawang.ac.id 1Program Studi
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang, 2Program
Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Buana Perjuangan
Karawang

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu kegiatan pada kurikulum akademik perkuliahan sebagai salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa. Kuliah Kerja Nyata (KKN) termasuk kedalam Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian kepada Masyarakat. Pelaksanaan KKN dilakukan selama satu bulan, terhitung sejak tanggal 15 Juli 2024 - 15 Agustus 2024 di Desa Mulyajaya, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang. Salah satu bentuk kegiatan yang diterapkan adalah memberdayakan salah satu UMKM yang ada di Desa Mulyajaya yaitu Peyek Bu Aas. Namun, UMKM Peyek Bu Aas memiliki beberapa masalah yang dihadapi, terutama mengenai belum adanya alat media promosi seperti banner usaha. Tujuan dari kegiatan KKN ini untuk membantu pembuatan banner usaha kepada UMKM Peyek Bu Aas. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan KKN ini memiliki beberapa tahapan, mulai dari survei lokasi, wawancara dengan mitra UMKM, persetujuan kerjasama, perencanaan desain, pembuatan hingga pemberian banner kepada mitra. Hasil dari kegiatan ini adalah UMKM Peyek Bu Aas memiliki banner yang menarik dan informatif sehingga dapat memperkuat identitas usaha. Diharapkan dengan pembuatan banner dapat meningkatkan daya jual dari produk UMKM Peyek Bu Aas dan mampu bersaing dengan produk merk lain yang serupa.

Kata Kunci: UMKM, promosi, banner

ABSTRACT

Community Service Program (KKN) is one of the activities in the academic curriculum as one of the graduation requirements for students. Community Service Program (KKN) is included in the Tri Dharma of Higher Education, namely Community Service. The implementation of KKN was carried out for one month, starting from July 15, 2024 - August 15, 2024 in Mulyajaya Village, Kutawaluya District, Karawang Regency. One form of activity implemented is to empower one of the MSMEs in Mulyajaya Village, namely Peyek Bu Aas. However, Peyek Bu Aas has several problems, especially regarding the absence of promotional media tools such as business banners. The purpose of this KKN activity is to help make business banners for Peyek Bu Aas MSMEs. The method used in the implementation of this KKN has several stages, starting from location surveys, interviews with MSME partners, cooperation agreements, design planning, making to giving banners to partners. The result of this activity is that Peyek Bu Aas MSMEs have appealing and informative banners that can strengthen business identity. It is hoped that the making of banners can increase the selling power of Peyek Bu Aas MSME products and be able to compete with other similar brand products.

Keywords: MSMEs, promotion, banners

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu kegiatan pada kurikulum akademik perkuliahan sebagai salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa. Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah salah satu kegiatan akademik yang bersifat aplikatif, dimana mahasiswa akan terjun langsung ke dalam masyarakat dan menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan (Mayasari et al., 2022). Kuliah Kerja Nyata (KKN) juga termasuk ke dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian kepada Masyarakat. Tri Dharma Perguruan tinggi sudah tercantum dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi bahwa “Perguruan Tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat”. Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan oleh Universitas Buana Perjuangan Karawang adalah salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian kepada Masyarakat, dimana setiap kelompok mahasiswa akan didampingi oleh dosen dalam pelaksanaan seluruh program kerja yang dilakukan. Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan dengan memadukan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan memberikan pengalaman

kepada mahasiswa mengabdikan dan belajar dalam kegiatan masyarakat dengan berbaur dan menerapkan atau mengembangkan ilmu yang telah didapatkan (Nugraha & Alpian, 2024). Pada tahun 2024, Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan oleh Universitas Buana Perjuangan Karawang memiliki tema “Membangun Desa Mandiri dan Berkelanjutan”. Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilakukan selama satu bulan, terhitung sejak hari Senin tanggal 15 Juli 2024 hingga hari Kamis tanggal 15 Agustus 2024. Pada masing-masing kelompok KKN mahasiswa yang telah terbentuk tersebar ke berbagai desa di Kabupaten Karawang, Bekasi, dan juga Purwakarta. Salah satu bentuk program kegiatan yang diterapkan adalah memberdayakan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Arti UMKM tertuang pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM dianggap sebagai usaha bisnis yang dilakukan oleh individu, rumah tangga atau badan usaha ukuran kecil (Irawan, 2020)(Hidayaty et al., 2022). Eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dimana jumlah industri yang besar serta terdapat pada setiap sektor ekonomi, memiliki potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) yang sangat dominan (Sarfiah et al., 2019). Pada kesempatan kali ini, penulis memberdayakan salah satu UMKM yaitu Peyek Bu Aas yang berada di Desa Mulyajaya, Kecamatan Kutawaluya. Saat ini, Desa Mulyajaya telah memiliki beberapa UMKM, namun dalam pelaksanaannya masih mengalami kendala seperti belum memiliki kemasan yang menarik, belum memiliki logo produk, jangkauan pemasarannya yang cukup terbatas serta belum memiliki alat media promosi seperti banner usaha. Dari beberapa aspek yang tersebut, maka penulis melakukan program kerja yaitu dengan “Pembuatan Banner Sebagai Media Promosi Pada UMKM Peyek Bu Aas Di Desa Mulyajaya”. Banner merupakan alat komunikasi efektif sebagai sarana pemasaran yang dapat meningkatkan visibilitas UMKM (Salman & Deniaty Sholihah, 2024). UMKM Peyek Bu Aas merupakan salah satu UMKM yang berada di Desa Mulyajaya, Dusun Cibanteng 1 RT003/RW001, Kutawaluya. Peyek Bu Aas merupakan usaha rumahan yang bersifat menerima pesanan dan juga sistem konsinyasi dengan menitipkannya ke warung-warung sekitar. Peyek Bu Aas belum memiliki banner untuk alat penunjang promosi di tempat usahanya. Alat promosi seperti banner dapat memberikan kesan profesional dan juga dapat meningkatkan kredibilitas pelanggan (Salman & Deniaty Sholihah, 2024). Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah untuk membantu pembuatan banner usaha kepada UMKM Peyek Bu Aas. Diharapkan dengan pembuatan banner dapat meningkatkan daya jual dari produk UMKM Peyek Bu Aas dan mampu bersaing dengan produk atau merk lain

yang serupa.

METODE

Kegiatan yang penulis lakukan selama melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah melakukan program pemberdayaan serta membantu UMKM Peyek Bu Aas untuk meningkatkan penjualan dari UMKM tersebut. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan KKN ini memiliki beberapa tahapan, mulai dari survei lokasi, wawancara dengan pemilik, persetujuan kerjasama, perencanaan desain, pembuatan hingga pemberian banner kepada UMKM tersebut. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis memutuskan untuk membantu UMKM Peyek Bu Aas dengan mengenalkan dan membuat media promosi yang sebelumnya belum dimiliki oleh Bu Aas. Penulis membantu UMKM Peyek Bu Aas dengan membuat salah satu jenis media promosi yaitu mendesain serta mencetak banner usaha untuk pemilik sebagai media promosi usahanya. Berikut adalah rincian tahapan kegiatan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Survei dan Wawancara UMKM

Menurut Dhaifullah dkk (2022), survei merupakan sebuah aktivitas atau kegiatan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan suatu kepastian informasi (seperti: jumlah orang, persepsi atau pesan-pesan tertentu), dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Penulis melakukan survei secara mandiri dengan turun langsung ke lapangan untuk mengetahui lebih jelas mengenai keadaan di lokasi usaha. Tujuan survei dilakukan adalah untuk menentukan permasalahan serta menyusun program kerja yang akan dilaksanakan. Hal pertama yang dilakukan adalah dengan pengenalan kepada mitra, lalu menjelaskan mengenai tujuan penulis memilih untuk melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di UMKM tersebut. Lalu penulis menjelaskan tentang media promosi kepada pemilik UMKM sebagai upaya dalam pengenalan usaha ke masyarakat yang lebih luas, sehingga mitra dapat merasa terbantu dengan dibuatkannya banner. Penulis juga melakukan wawancara mengenai usaha yang dimiliki mulai dari awal mula usaha berdiri, jenis usaha, kendala usaha, cara promosi hingga keuntungan yang didapatkan. Setelah melakukan wawancara, penulis berkoordinasi dengan pemilik usaha mengenai jadwal pelaksanaan kegiatan selama 3 hari kegiatan ini berlangsung.

2. Persetujuan Kerjasama dengan UMKM

Setelah dilakukan survei dan wawancara dengan pemilik UMKM Peyek Bu Aas, penulis telah mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan program kerja ini. Salah satu program kerja yang dilakukan oleh penulis adalah membuat banner usaha sebagai media promosi dengan ketentuan yang sudah disetujui oleh penulis dengan pemilik UMKM Peyek Bu Aas. Setelah kesepakatan terbentuk, penulis membuat IA (Implementing Arrangement) antara pihak kampus dengan desa sebagai landasan dalam pelaksanaan kerjasama dengan UMKM tersebut.

3. Perancangan, Pembuatan, dan Pemberian Banner UMKM

Pada tahap ini, penulis membuat rancangan awal untuk pembuatan banner usaha dengan memperhitungkan hal-hal seperti bagaimana banner akan terlihat, ukuran serta bahan banner, unsur-unsur (gambar, warna, font, dan elemen) yang akan digunakan sehingga sesuai dengan ciri khas UMKM Peyek Bu Aas. Perancangan dilakukan untuk memastikan bahwa desain banner yang akan dibuat dapat menciptakan keunikan dan keunggulan yang dimiliki oleh Peyek Bu Aas.

Setelah perancangan dilakukan, tahap selanjutnya adalah mendesain banner menggunakan aplikasi Canva. Penulis memilih menggunakan Canva karena memiliki banyak referensi desain banner serta mudah digunakan sehingga lebih efisien. Setelah itu, banner dicetak dan diberikan kepada pemilik UMKM Peyek Bu Aas sehingga dapat segera digunakan sebagai media promosi usaha tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Survei dan Wawancara UMKM

Pada hari Sabtu tanggal 20 Juli 2024, kelompok KKN Mulyajaya melakukan survei langsung ke rumah produksi UMKM Peyek Bu Aas yang terletak di Dusun Cibanteng 1 Dusun Cibanteng 1 RT003/RW001, Desa Mulyajaya, Kutawaluya. Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang dilakukan, Peyek Bu Aas telah menjalankan usaha ini pada Juni 2023. Peyek Bu Aas juga memiliki potensi yang bagus untuk dikembangkan usahanya. Namun, Peyek Bu Aas dihadapkan dengan beberapa kendala usahanya, terutama pada kurangnya daya tarik media promosi serta pemahaman mengenai pemasaran produk. Promosi yang dilakukan oleh UMKM Peyek Bu Aas ini masih konvensional yaitu dengan menerima pesanan dan juga sistem konsinyasi dengan menitipkannya ke warung-warung sekitar.



Gambar 1 Survei Awal UMKM Peyek Bu Aas

Selanjutnya, pada hari Minggu tanggal 21 Juli 2024, penulis bersama dua orang lainnya mengunjungi tempat usaha Peyek Bu Aas kembali untuk membantu proses produksi peyek dan juga melakukan diskusi bersama pemilik mengenai pembuatan banner sebagai media promosi yang efektif sehingga mampu menarik perhatian calon konsumen serta meningkatkan daya tarik usaha. Dengan memasang banner yang menarik dan informatif, diharapkan pelanggan akan tertarik untuk mengunjungi tempat usaha ini serta memudahkan dalam proses pemesanan produk.

2. Perancangan, Pembuatan, dan Pemberian Banner UMKM

a. Perancangan Desain Banner UMKM

Tahap pertama yang dilakukan adalah perancangan desain banner UMKM Peyek Bu Aas. Desain banner dibuat menarik dan informatif sehingga dapat memperkuat identitas usaha dengan menggunakan elemen-elemen visual yang konsisten. Pada proses ini melibatkan diskusi antara pemilik UMKM dengan penulis untuk memastikan bahwa desain yang dibuat sesuai dengan keinginan pemilik. Dengan adanya persetujuan setelah diskusi, desain banner dapat dianggap memenuhi harapan serta keinginan dari pemilik UMKM. Perancangan banner UMKM dibuat dengan bantuan aplikasi Canva. Canva merupakan situs web atau aplikasi desain grafis yang dapat membantu penggunaanya dalam mendesain baik foto, spanduk atau banner, logo, dan sebagainya. Canva dapat mudah diakses melalui situs web maupun aplikasi dan memiliki banyak fitur-fitur yang dapat memudahkan penggunaanya dalam mendesain.



Gambar 2 Desain Banner UMKM Peyek Bu Aas

Pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa isi banner terdapat jenis-jenis peyek yang dijual oleh UMKM Peyek Bu Aas yaitu peyek kacang, teri, kacang hijau, dan ebi. Pada bagian bawah banner juga terdapat alamat, nomor Whatsapp, serta barcode sehingga dapat mempermudah pembeli dalam menghubungi pemilik untuk memesan produk. Pada bagian atas kanan juga disisipkan beberapa logo KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang beserta logo Desa Mulyajaya.

b. Pembuatan Banner UMKM

Setelah merancang desain banner UMKM, tahapan selanjutnya yaitu membuat banner. Tujuan pembuatan banner adalah sebagai alat media promosi UMKM Peyek Bu Aas yang akan dipasang di depan rumah pemilik. Banner dicetak dengan ukuran 2m×1m dengan jenis bahan Flexi Cina Hires 280gr. Dengan adanya banner, masyarakat akan melihat bahwa di rumah ini memproduksi dan menjual produk makanan yaitu peyek. Banner juga didesain menarik dengan warna cerah dan logo yang jelas sehingga dapat lebih menarik perhatian calon konsumen.

c. Pemberian Banner UMKM

Tahapan terakhir adalah pemberian banner kepada pemilik UMKM Peyek Bu Aas. Banner yang sudah dicetak sebelumnya, kemudian diberikan kepada pemilik untuk langsung dipasang didepan rumah pemilik UMKM. Pemasangan banner ini diharapkan dapat menarik calon konsumen mengenai keberadaan UMKM Peyek Bu Aas serta meningkatkan visibilitas UMKM dan memberikan informasi kepada calon konsumen.



Gambar 4 Banner Usaha yang telah Dipasang



Gambar 3 Foto bersama pemilik UMKM Peyek Bu Aas

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang telah dilakukan, UMKM Peyek Bu Aas memiliki potensi yang bagus untuk dikembangkan. Namun, pemilik UMKM Peyek Bu Aas menghadapi beberapa masalah dalam menjalankan usahanya, terutama mengenai belum memiliki alat media promosi seperti banner usaha. Dalam mengatasi permasalahan tersebut, penulis membantu UMKM Peyek Bu Aas dalam perancangan serta pembuatan banner usaha untuk mempromosikan produk, meningkatkan penjualan produk serta visibilitas sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen. Desain banner dirancang menarik dan informatif sehingga dapat memperkuat identitas usaha dengan menggunakan elemen-elemen visual yang konsisten. Desain banner yang dibuat juga telah disetujui oleh pemilik UMKM dengan berdiskusi bersama penulis. Tahapan selanjutnya adalah mencetak banner dengan desain serta ukuran yang telah disepakati. Hal ini dilakukan agar banner yang dihasilkan sesuai dengan persetujuan dan keinginan pemilik UMKM. Tahap terakhir dalam program kerja ini adalah dengan menyerahkan banner kepada pemilik UMKM. Setelah banner diterima oleh pemilik, dilanjutkan dengan pemasarangan banner didepan rumah pemilik. Pemasangan banner diharapkan dapat menarik calon konsumen mengenai keberadaan UMKM Peyek Bu Aas serta meningkatkan visibilitas UMKM dan memberikan informasi kepada calon konsumen. Saran penulis kepada UMKM Peyek Bu Aas adalah membuat Whatsapp Business atau Facebook Marketplace. Hal tersebut dapat dilakukan untuk memudahkan calon konsumen dalam mengetahui informasi mengenai produk secara online. Selain itu, pada era digital saat ini sosial

media memiliki peran penting sebagai media promosi yang efisien bagi UMKM dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Pemilik juga dapat memperbarui desain banner secara berkala sehingga dapat memberikan tampilan yang sesuai dengan perkembangan usaha serta tren terbaru. Hal tersebut dilakukan agar UMKM Peyek Bu Aas dapat menciptakan kesan bahwa usaha ini selalu inovatif dalam setiap kegiatan promosinya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam kesuksesan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Buana Perjuangan Karawang 2024 serta penulisan laporan sehingga dapat terselesaikan, di antaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Dedi Mulyadi, SE., MM selaku Rektor Universitas Buana Perjuangan Karawang.
2. Bapak Afif Hakim, S.T., M.T selaku Ketua LPPM.
3. Bapak Zarisnov Arafat, S.H., M.H selaku Dosen Pembimbing Lapangan.
4. Bu Aas selaku pemilik UMKM Peyek Bu Aas.
5. Bapak Endang, A.Md., Komp. selaku Kepala Desa Mulyajaya, Kecamatan Kutawaluya.
6. Seluruh pihak yang telah membantu dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhaifullah, I. R., Muttanifudin, M., Salsabila, A. A., & Yakin, M. A. (2022). Survei Teknik Pengujian Software. In JACIS : Journal Automation Computer Information System (Vol. 2, Issue 1).
- Hidayaty, D. E., Pertiwi, S., Sandi, H., Arimurti, T., Buana, U., Karawang, P., Manajemen, P. S., Akuntansi, P. S., Buana, U., & Karawang, P. (2022). Analisis Keuangan Umkm Anyaman Bambu Desa. 910–921.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 5(2), 140. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1097>

- Mayasari, A. K., Aly, N. J. R., Kartim, Y. M., & Fauziah, M. (2022). Pemberdayaan UMKM Di RT/RW 05/06 Desa Waru Jaya, Parung, Bogor. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LP UMJ, 1(1). <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- Nugraha, R., & Alpian, Y. (2024). Penerapan Media Promosi Banner Pada UMKM Boneka Desa Kutaraharja. Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa, 3(1), 4656–4663.
- Salman, S., & Deniaty Sholihah, D. (2024). Pemanfaatan Desain Banner Guna Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 5(2), 2179–2184. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2536>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan), 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>