Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 47116-47121

OPTIMALISASI PROMOSI UMKM MELALUI MEDIA PEMBUATAN BANNER DI KELURAHAN TEJOSARI RW 01 METRO TIMUR

Lestari Wuryanti[1]*, Aulia Feby Wasila[2], Dita Ayunda Sesilia[3], Mirna Aprillina[4], Nabila Anjani[5]

[1,2,3,4,5]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Malahayati, Indonesia

Email: lestariwuryanti@malahayati.ac.id, auliafebywasila@gmail.com, ditaayundaa2208@gmail.com, mirnaapril280404@gmail.com, nabilajaniwa240@gmail.com

Published: Agustus , 2026

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam mendukung aktivitas perekonomian masyarakat, namun sebagian pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam memperkenalkan identitas dan keberadaan usahanya kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu mengoptimalkan promosi UMKM melalui penyediaan media informasi dan promosi berupa banner di Kelurahan Tejosari RW 01, Metro Timur. Kegiatan dilaksanakan oleh Kelompok 74 KKLPPM Universitas Malahayati dengan sasaran tiga UMKM, yaitu Budidaya Jamur Tiram, Warung Asep, dan Warung Harni. Metode yang digunakan meliputi observasi kondisi usaha, koordinasi dengan mitra, pembuatan dan pemasangan banner, serta evaluasi hasil kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh banner berhasil dibuat dan dipasang pada lokasi masing-masing UMKM. Banner dapat dimanfaatkan sebagai identitas visual, media informasi, serta sarana promosi yang membantu meningkatkan keterlihatan dan pengenalan lokasi usaha oleh masyarakat. Pelaksanaan kegiatan juga memperoleh respons positif dari pelaku UMKM serta memberikan pengalaman kepada mahasiswa dalam mengidentifikasi kebutuhan dan melaksanakan program pemberdayaan masyarakat secara langsung. Kegiatan ini memiliki keterbatasan karena belum dilakukan pengukuran secara kuantitatif terhadap perubahan jumlah konsumen maupun pendapatan setelah pemasangan banner. Oleh karena itu, disarankan agar pelaku UMKM mempertahankan pemanfaatan banner dan mengombinasikannya dengan media promosi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran secara berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, promosi, banner, media promosi, pemberdayaan masyarakat, Tejosari

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in supporting local economic activity; however, many MSME owners still face challenges in introducing their business identity and presence to the community. This community service initiative aimed to optimize MSME promotion by providing informational and promotional banners in the Tejosari Urban Village (RW 01), East Metro. The activity was carried out by Group 74 of the Malahayati University KKLPPM (Community Service Program) and targeted three MSMEs: an Oyster Mushroom Cultivation business, Warung Asep, and Warung Harni. The methodology involved assessing business conditions, coordinating with partners, producing and installing banners, and evaluating the outcomes. The results showed that all banners were successfully produced and installed at the respective MSME locations. These banners serve as visual identities, sources of information, and promotional tools that help increase business visibility and public awareness of the business locations. The initiative received a positive response from the MSME owners and provided students with hands-on experience in identifying needs and implementing community empowerment programs. A limitation of this activity is the absence of quantitative measurements regarding changes in customer numbers or revenue following the banner installation. Therefore, it is recommended that MSME owners continue using the banners and combine them with digital promotional media to sustainably expand their marketing reach.

Keywords: *MSMEs, promotion, banner, promotional media, community empowerment, Tejosari*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kegiatan usaha yang berperan dalam mendukung perekonomian masyarakat. UMKM dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat sekaligus menyediakan berbagai kebutuhan barang dan jasa di lingkungan sekitar. Oleh karena itu, keberadaan UMKM perlu didukung agar usaha yang dijalankan dapat terus berkembang(Purwanti et al., 2023).

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam menjalankan UMKM adalah pemasaran. Pemasaran dilakukan untuk memperkenalkan usaha dan produk kepada masyarakat sebagai calon konsumen. Pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam melakukan promosi dapat mengalami kesulitan dalam memperkenalkan usaha dan memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, diperlukan media promosi yang mudah digunakan dan sesuai dengan kondisi usaha (Soebandhi et al., 2022).

Media promosi dapat digunakan untuk memberikan informasi sekaligus memperkenalkan identitas suatu usaha. Salah satu media yang sederhana dan dapat dipasang langsung pada lokasi usaha adalah banner. Banner dapat memuat nama usaha, jenis usaha, maupun informasi lain yang dapat membantu masyarakat mengenali keberadaan UMKM. Penggunaan media promosi dapat membantu pelaku UMKM dalam memperkenalkan usaha dan produk kepada masyarakat (Suseno et al., 2023).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Tejosari RW 01, Metro Timur, dengan sasaran tiga UMKM, yaitu Budidaya Jamur Tiram, Warung Asep, dan Warung Harni. Berdasarkan hasil pengamatan, ketiga UMKM tersebut membutuhkan media yang dapat digunakan untuk memperkenalkan identitas dan lokasi usaha kepada masyarakat. Oleh karena itu, Kelompok 74 KKLPPM Universitas Malahayati melaksanakan kegiatan pembuatan dan pemasangan banner sebagai media informasi dan promosi bagi ketiga UMKM tersebut. Kegiatan ini menghasilkan banner yang dipasang pada masing-masing lokasi usaha sebagai media identitas dan promosi.

Kegiatan ini dibatasi pada pembuatan dan pemasangan banner sebagai media promosi bagi tiga UMKM mitra. Kegiatan tidak mencakup pengukuran perubahan jumlah konsumen, penjualan, atau pendapatan sebelum dan sesudah pemasangan banner. Target kegiatan adalah tersedianya media promosi yang dapat digunakan oleh masing-masing UMKM untuk memperjelas identitas dan lokasi usaha serta membantu masyarakat mengenali keberadaan usaha. Penggunaan banner diharapkan dapat menjadi salah satu langkah awal yang dapat dikembangkan dengan media promosi lainnya, seperti media sosial, untuk memperluas jangkauan promosi.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan oleh Kelompok 74 KKLPPM Universitas Malahayati di Kelurahan Tejosari RW 01, Metro Timur. Sasaran kegiatan adalah tiga UMKM yang memerlukan media pendukung untuk memperkenalkan dan mempromosikan usaha kepada masyarakat. Terdapat tiga UMKM yang menjadi mitra kegiatan, yaitu Budidaya Jamur Tiram, Warung Asep, dan Warung Harni. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan langsung kepada masyarakat dan pelaku UMKM. Tahapan kegiatan terdiri atas identifikasi kebutuhan, koordinasi dengan mitra, pembuatan dan pemasangan banner, serta evaluasi hasil kegiatan.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah observasi, koordinasi dengan mitra, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan melihat kondisi UMKM secara langsung untuk mengetahui kebutuhan media promosi. Setelah itu, dilakukan koordinasi dengan pemilik UMKM untuk memperoleh informasi mengenai identitas usaha, jenis usaha, informasi yang akan dicantumkan pada banner, dan lokasi pemasangan. Dokumentasi dilakukan selama proses kegiatan sebagai bukti pelaksanaan program.

Instrumen yang Digunakan

Instrumen yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi telepon seluler (handphone), kamera, dan perangkat laptop. Handphone dan kamera digunakan untuk mendokumentasikan kondisi awal UMKM, proses pelaksanaan kegiatan, serta hasil pemasangan banner. Dan software Canva digunakan untuk membuat dan menyusun desain banner berdasarkan informasi dan nama masing-masing

UMKM. Desain yang dibuat kemudian disesuaikan dengan kebutuhan mitra sebelum banner dicetak dan dipasang pada lokasi usaha. Penggunaan instrumen tersebut mendukung proses pelaksanaan kegiatan mulai dari tahap persiapan, pembuatan media promosi, hingga dokumentasi hasil kegiatan.

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut.

1. Observasi dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap pertama dilakukan dengan mengamati kondisi UMKM di Kelurahan Tejosari RW 01. Observasi bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha dan kebutuhan media promosi. Hasil observasi digunakan untuk menentukan UMKM yang menjadi sasaran kegiatan serta mengetahui kebutuhan informasi yang akan digunakan dalam pembuatan banner.

2. Koordinasi dengan Mitra

Setelah UMKM sasaran ditentukan, mahasiswa melakukan koordinasi dengan pemilik usaha. Koordinasi dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai nama usaha, jenis usaha, informasi yang akan dicantumkan pada banner, serta lokasi pemasangan. Tahap ini dilakukan agar banner yang dibuat sesuai dengan kebutuhan masing-masing UMKM.

3. Pembuatan dan Pemasangan Banner

Banner dibuat berdasarkan informasi yang telah diperoleh dari hasil koordinasi dengan mitra. Isi banner disesuaikan dengan identitas dan jenis usaha masing-masing UMKM. Setelah selesai dibuat, banner dibawa ke lokasi usaha untuk diserahkan dan

jumlah konsumen, penjualan, atau pendapatan UMKM karena kegiatan berfokus pada penyediaan dan pemasangan media promosi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pembuatan dan pemasangan banner dilaksanakan pada tiga UMKM di Kelurahan Tejosari RW 01, Metro Timur, yaitu Budidaya Jamur Tiram, Warung Asep, dan Warung Harni. Kegiatan dilakukan berdasarkan hasil observasi dan koordinasi dengan masing-masing pemilik UMKM. Banner dibuat menggunakan Canva dengan informasi yang disesuaikan dengan identitas dan jenis usaha, kemudian dicetak dan dipasang pada lokasi usaha yang telah ditentukan.

Tabel Perbandingan dan Keabsahan Hasil

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh banner berhasil dibuat dan dipasang pada ketiga UMKM. Banner yang diberikan digunakan sebagai media identitas dan promosi usaha sehingga nama dan keberadaan UMKM dapat lebih mudah dikenali oleh masyarakat sekitar. Hasil pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Perbandingan Kebutuhan dan Hasil Kegiatan

No.	UMKM	Kebutuhan Media Promosi	Hasil Kegiatan
1.	Budidaya Jamur Tiram, Warung Asep, dan Warung Harni.	Evaluasi	Evaluasi dilakukan setelah banner selesai dipasang. Evaluasi meliputi pemeriksaan kondisi pemasangan banner dan tanggapan dari pemilik UMKM terhadap media promosi yang diberikan. Evaluasi juga digunakan untuk mengetahui keterlaksanaan kegiatan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Pengolahan Data

Data yang diperoleh dalam kegiatan ini berupa data kualitatif dan data pendukung kuantitatif sederhana. Data kualitatif diperoleh dari hasil observasi, koordinasi dengan pemilik UMKM, dan dokumentasi kegiatan. Data tersebut digunakan

1 Budidaya Jamur Tiram

2 Warung Asep

3 Warung Harni

Identitas dan media promosi usaha Penanda lokasi dan media promosi Identitas dan media informasi

usaha

Banner terpasang

Banner terpasang

Banner terpasang

untuk menggambarkan kondisi UMKM, kebutuhan media promosi, proses pelaksanaan, dan hasil kegiatan.

Data pendukung kuantitatif disajikan dalam bentuk jumlah UMKM yang menjadi mitra dan jumlah banner yang dibuat serta dipasang. Seluruh data kemudian disusun secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk uraian serta tabel untuk menunjukkan hasil pelaksanaan kegiatan. Pengolahan data dalam kegiatan ini tidak mencakup pengukuran perubahan

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat kesesuaian antara kebutuhan awal masing-masing UMKM dengan kegiatan yang diberikan. Ketiga UMKM memperoleh banner yang disesuaikan dengan identitas dan kebutuhan usahanya. Dengan demikian, target kegiatan berupa pembuatan dan pemasangan media promosi pada tiga UMKM telah tercapai.

Keabsahan hasil kegiatan didukung oleh hasil observasi, koordinasi dengan mitra, dokumentasi kegiatan, dan hasil pemasangan banner. Observasi digunakan untuk mengetahui kondisi dan kebutuhan UMKM, sedangkan koordinasi digunakan untuk memastikan informasi yang dimasukkan ke dalambanner sesuai dengan usaha masing-masing mitra. Dokumentasi digunakan sebagai bukti pelaksanaan kegiatan dan hasil pemasangan banner. Dengan menggunakan beberapa sumber tersebut, hasil kegiatan dapat dibandingkan antara kebutuhan awal dengan hasil yang diperoleh setelah kegiatan.

Namun, hasil kegiatan hanya menunjukkan keterlaksanaan program dan pemanfaatan banner sebagai media identitas serta promosi. Kegiatan ini belum dapat menunjukkan adanya peningkatan jumlah konsumen, penjualan, atau pendapatan karena tidak dilakukan pengukuran sebelum dan sesudah pemasangan banner. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh tidak digunakan untuk menyatakan bahwa pemasangan banner secara langsung meningkatkan pendapatan UMKM.

Saran dan Perbaikan



Gambar 1. Pemasangan Banner Budidaya Jamur Tiram

Penggunaan banner dapat dipertahankan sebagai salah satu media promosi karena dapat memberikan identitas dan penanda lokasi usaha. Namun, banner memiliki keterbatasan karena jangkauan informasinya hanya berada di sekitar lokasi pemasangan. Oleh karena itu, pelaku UMKM disarankan untuk mengombinasikan penggunaan banner dengan media promosi lain, terutama media digital seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, atau platform digital lainnya.

Selain itu, isi banner perlu diperbarui apabila terdapat perubahan informasi mengenai usaha, seperti jenis produk, nomor kontak, atau informasi lainnya. Desain banner juga dapat diperbaiki dengan membuat informasi yang lebih singkat, jelas, dan mudah dibaca dari jarak tertentu. Untuk kegiatan selanjutnya, pengukuran dampak promosi juga dapat dilakukan dengan membandingkan jumlah konsumen atau penjualan sebelum dan sesudah penggunaan media promosi sehingga manfaat kegiatan dapat diketahui secara lebih terukur.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pembuatan dan pemasangan banner telah dilaksanakan pada tiga UMKM di Kelurahan Tejosari RW 01, Metro Timur, yaitu Budidaya Jamur Tiram, Warung Asep, dan Warung Harni. Kegiatan dilakukan melalui tahapan observasi, koordinasi dengan mitra, pembuatan dan pemasangan banner, serta evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh banner berhasil dibuat dan dipasang pada lokasi masing-masing UMKM.

Pemasangan banner memberikan media identitas, informasi, dan promosi yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM untuk membantu masyarakat mengenali keberadaan dan lokasi usaha. Berdasarkan hasil kegiatan, target utama berupa tersedianya media promosi pada tiga UMKM telah tercapai. Namun, kegiatan ini belum mengukur perubahan jumlah konsumen, penjualan, maupun pendapatan sehingga peningkatan tersebut belum dapat dinyatakan secara kuantitatif.

SARAN

Pelaku UMKM disarankan untuk terus memanfaatkan banner yang telah diberikan sebagai media identitas dan promosi usaha. Penggunaan banner juga dapat dikombinasikan dengan media promosi digital, seperti WhatsApp dan media sosial, agar informasi mengenai usaha dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Untuk kegiatan selanjutnya, dapat dilakukan pengukuran jumlah konsumen atau penjualan sebelum dan sesudah penggunaan media promosi sehingga manfaat kegiatan dapat diketahui secara lebih terukur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Malahayati yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan KKLPPM. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kelurahan Tejosari, Kecamatan Metro Timur, yang telah memberikan izin serta mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh pelaku UMKM yang menjadi mitra kegiatan, khususnya pemilik Budidaya Jamur Tiram, Warung Asep, dan Warung Harni, yang telah bersedia bekerja sama dan berpartisipasi dalam pelaksanaan program pembuatan dan pemasangan banner. Terima kasih turut disampaikan kepada seluruh anggota Kelompok 74 Tejosari yang telah bekerja sama dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan sehingga program dapat terlaksana dengan baik.

Akhirnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi selama pelaksanaan kegiatan KKLPPM, baik secara langsung maupun tidak langsung.

REFERENCES

Purwanti, L., Triyuwono, I., Sri, R., Martiningsih, P., & Nasyi'ah, Z. (2023). ABDIMAS Digitalisasi dan Legalisasi UMKM Desa Langenharjo Kabupaten Kediri. In *Abdimas* (Vol. 27, Number 1). https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/a bdimas/

Soebandhi, S., Ariska, R. A., & Purwitasari, F. (2022). ABDIMAS Perluasan Pangsa Pasar dengan Menggunakan Metode Pemasaran Digital pada Asosiasi UMKM Amangtiwi. In *Abdimas* (Vol. 26, Number 2).
https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/a bdimas/

Suseno, D. A., Dwp, S., Oktavilia, S., Putri, P. I., & Pratama, D. A. (2023). UTILIZING E-COMMERCE AS AN EFFORT TO INCREASE THE ECONOMIC INDEPENDENCE OF KOPENG TOURISM VILLAGE COMMUNITIES. In *Indonesian Journal of Devotion and Empowerment* (Vol. 5, Number 2). https://doi.org/https://doi.org/10.15294/ijd e.v5i2.71970