

STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM DI SIRAH KENCONG MELALUI PEMBUATAN BANNER

MARKETING STRATEGY FOR MSMEs IN SIRAH KENCONG THROUGH BANNER CREATING

Nurul Lailis Shofi¹, Ika Korika Swasti¹

¹) Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*Email korespondensi: 21012010342@student.upnjatim.ac.id

Abstract

By considering the various issues affecting Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Sirah Kencong, guidance is needed to help MSMEs design effective marketing strategies and expand their market coverage. To deal with this problem, a method is used, namely the implementation method. This implementation method includes several things including a survey of MSMEs, design planning, material selection and determining the size of the banner to be used. The results of this service show that these MSMEs need branding in the form of making banners. The banner creation stage begins with this stage, namely designing banners for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) aimed at increasing visibility and promoting products, conveying information about MSMEs. Designed to reinforce brand identity by highlighting consistent visual elements, encouraging active responses from customers. After designing the banner design, the next step is to print the banner to the agreed size. The MSME owner has approved the size and material of the banner. In this way, the resulting banner will be in accordance with your wishes and approval. Next, this is the final stage after going through the printing process, the banner is handed over to the MSME owner. After handover, the next step is to install the banner in the location or area that has previously been decided with the MSME owner. The purpose of this installation is to increase the visibility of the banner and maximize the marketing impact, so that more people can see and respond to the information or promotions conveyed through the banner.

Keywords: *Banners, Products, MSMEs*

Abstrak

Dengan mempertimbangkan berbagai masalah yang mempengaruhi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Sirah Kencong diperlukan bimbingan untuk membantu UMKM merancang strategi pemasaran yang efektif dan memperluas cakupan pasar mereka. Untuk menangani permasalahan ini digunakan metode yaitu metode pelaksanaan, metode pelaksanaan tersebut mencakup beberapa hal diantaranya adalah survei UMKM, perencanaan desain, pemilihan materi serta menentukan ukuran banner yang akan digunakan. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa UMKM ini membutuhkan branding dalam bentuk pembuatan banner. Pada tahap pembuatan banner ini dimulai dengan tahap ini yaitu mendesain banner pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan mempromosikan produk, menyampaikan informasi mengenai UMKM. Didesain untuk memperkuat identitas merek dengan menonjolkan elemen visual yang konsisten, mendorong respons aktif dari pelanggan. Setelah merancang desain banner, langkah berikutnya yaitu mencetak banner dengan ukuran yang telah disepakati. Pemilik UMKM telah menyetujui ukuran dan bahan banner tersebut. Dengan demikian, banner yang dihasilkan akan sesuai dengan keinginan dan persetujuan. Selanjutnya, Merupakan tahap terakhir setelah melalui proses cetak, banner diserahkan kepada pemilik UMKM. Setelah serah terima, langkah selanjutnya yaitu memasang banner tersebut di lokasi atau area yang sebelumnya telah diputuskan bersama pemilik UMKM. Tujuan dari pemasangan ini adalah untuk meningkatkan visibilitas banner dan memaksimalkan dampak pemasaran, sehingga lebih banyak orang dapat melihat dan merespons informasi atau promosi yang disampaikan melalui banner tersebut.

Kata kunci: *Banner, Produk, UMKM*



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2024 Author

Diterima: 5 Januari 2024; Disetujui: 13 Februari 2024; Terbit: 15 Februari 2024

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang semakin modern ini, para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di daerah merasa kesulitan menghadapi perubahan dan peluang pasar yang terus berkembang. Mereka dihadapkan pada tantangan terkait media promosi, sumber daya manusia, inovasi, teknologi, pengetahuan bisnis, dan strategi pemasaran agar produk mereka dapat dikenal hingga ke manca negara. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi UMKM adalah kurangnya pemahaman tentang manfaat branding. Dalam konteks strategi pemasaran, branding memiliki peran penting sebagai alat untuk menciptakan citra positif dalam ingatan konsumen. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu menyadari bahwa pengembangan branding produk merupakan salah satu kunci keberhasilan agar produk dari UMKM dapat dikenang oleh masyarakat dalam jangka waktu yang cukup lama (Kurniawan & Andarini, 2023).

Branding merupakan suatu bentuk komunikasi perusahaan kepada publik dengan tujuan memperkenalkan dan mengembangkan suatu merek perusahaan melalui perencanaan yang matang. Kegiatan branding lebih fokus pada interaksi komunikatif antara perusahaan dan konsumen, di mana tujuan utama adalah menciptakan citra atau reputasi yang positif sesuai dengan visi dan misi perusahaan di mata konsumen (Haryanto et al., 2020).

Salah satu contoh branding adalah spanduk. Spanduk memiliki peran penting yaitu sebagai sarana informasi pada masyarakat, ditempatkan di sepanjang jalan atau area publik, dengan berbagai ukuran dan warna yang beragam untuk menarik perhatian pembaca. Menurut (Pelangi et al., 2023) mengatakan bahwa, spanduk yang digunakan dalam bentuk usaha khususnya warung makan berfungsi sebagai wadah promosi yang dilakukan para pengusaha warung makan pinggir jalan untuk menarik konsumen dan juga berguna untuk menunjukkan identitas atau penanda sebagai pembeda dengan pengusaha warung makan lainnya.

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan suatu rencana komprehensif, terintegrasi, dan holistik dalam ranah pemasaran, yang memberikan arahan mengenai aktivitas yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran. Dalam perspektif lain, strategi pemasaran juga diartikan sebagai suatu

rencana yang bertujuan untuk memaksimalkan peluang dalam meraih bisnis yang ditargetkan, melalui pengelolaan variabel-variabel yang dapat diatur oleh perusahaan, seperti desain produk, upaya periklanan, dan pemahaman terhadap pasar (Wawan et al, 2023).

Di kawasan Perkebunan Teh Sirah Kencong yang terletak di bagian utara Kabupaten Blitar merupakan bagian dari PT Perkebunan Nusantara XII Bantaran ini memiliki beberapa UMKM yang perlu dikembangkan, namun masih banyak terdapat UMKM yang kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, penulis memiliki inovasi tentang strategi pengembangan usaha untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat umum.

Dalam upaya memperluas pengenalan usahanya kepada masyarakat, UMKM di Sirah Kencong menghadapi sejumlah permasalahan. Salah satu kendala utama adalah kurangnya daya tarik dalam media promosi serta kurangnya pemahaman para pelaku usaha mengenai pentingnya branding produk. Kondisi ini mengakibatkan kurangnya tingkat pengetahuan masyarakat mengenai produk UMKM dan dapat menyebabkan kurangnya ketertarikan terhadap produk di pasar.

Dapat dilihat dari permasalahan diatas, penulis mengusulkan agar menggunakan branding produk dalam bentuk banner/spanduk. Diharapkan dengan adanya banner yang memiliki ciri khas tersendiri dapat memiliki daya saing tinggi, bertahan dalam jangka waktu yang lama dan lebih dikenal oleh masyarakat luas.

METODE

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, metode yang digunakan untuk pembuatan banner Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sirah Kencong ini terdapat beberapa tahapan agar dapat merealisasikan strategi melalui beberapa tahapan, diantaranya adalah :

1. Survei Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Perkebunan Teh Sirah Kencong ini secara teliti guna mengidentifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang beroperasi di wilayah Perkebunan Teh Sirah Kencong. Dengan melakukan survei ini, penulis dapat memperoleh data yang akurat mengenai UMKM yang aktif di area

- tersebut. Survei ini dapat melibatkan interaksi langsung dengan pemilik usaha di Perekebunan Teh Sirah Kencong.
2. Perencanaan desain pada tahap ini penulis membuat gambar atau rancangan awal. Perlu memikirkan bagaimana banner tersebut akan terlihat, termasuk unsur-unsur seperti gambar, tulisan, dan warna yang sejalan dengan ciri khas Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tersebut. Memastikan bahwa desain dapat menunjukkan keunikan dan keunggulan yang dimiliki oleh UMKM tersebut.
 3. Pemilihan materi dan ukuran banner yang akan digunakan untuk pembuatan banner seperti kain, vinyl, atau bahan lainnya menyesuaikan dengan kebutuhan. Kemudian memilih ukuran yang tepat agar dapat dengan efektif menarik perhatian di lokasi pemasangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, dua UMKM di Sirah Kencong Desa Ngadirenggo, Kecamatan Wlingi, Kabupaten Blitar, memiliki potensi untuk dikembangkan. Contohnya, UMKM Pecel Blitar "Bu Tia" dan UMKM Angkringan Minul. Namun, pelaku UMKM dihadapkan pada beberapa masalah, terutama terkait dengan kurangnya daya tarik media promosi dan kurangnya pemahaman mereka mengenai branding. Solusi untuk mengatasi masalah ini adalah melalui kegiatan re-branding, yang melibatkan beberapa langkah seperti survei, penyuluhan, dan pendampingan dalam perancangan logo dan banner. Desain logo dan banner disesuaikan dengan preferensi pelaku dan identitas UMKM tersebut.

Pembuatan spanduk atau banner bertujuan sebagai upaya untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya tarik. Dengan memasang spanduk yang menarik, diharapkan konsumen akan tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut. Kreativitas dalam pembuatan spanduk juga dianggap sebagai faktor penting yang dapat meningkatkan kredibilitas bisnis, produk, dan jasa yang ditawarkan. Selain itu, spanduk tersebut juga berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan tempat produksi UMKM kepada konsumen non-lokal. Melalui pemanfaatan spanduk, UMKM Pecel Blitar "Bu Tia" dan UMKM Angkringan Minul berhasil mengembangkan strategi pemasaran mereka.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan ini berfokus pada pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan menerapkan konsep branding. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dan kapasitas masyarakat sebagai pelaku UMKM. Dengan begitu diharapkan UMKM tersebut mampu dan siap bersaing secara kualitas, promosi dan pemasaran dengan UMKM lain baik dari dalam maupun luar. Adapun hasil pengabdian yang telah dilakukan yaitu:

1. Pembuatan Desain Banner

Dimulai dengan tahap ini yaitu mendesain banner pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan mempromosikan produk, menyampaikan informasi mengenai UMKM. Didesain untuk memperkuat identitas merek dengan menonjolkan elemen visual yang konsisten, mendorong respons aktif dari pelanggan. Desain ini telah disetujui oleh pemilik UMKM setelah melalui proses pembahasan mengenai isi dan pewarnaan desain tersebut. Jadi, telah memberikan persetujuan atas elemen-elemen dalam desain, termasuk isi dan pemilihan warna. Proses ini melibatkan diskusi antara penulis dengan pemilik UMKM untuk memastikan bahwa desain telah sesuai dengan yang diinginkan oleh pemilik. Dengan persetujuan tersebut, desain dapat dianggap sebagai penyajian yang memenuhi harapan dan keinginan dari pemilik UMKM.

2. Mencetak Banner

Setelah merancang desain banner, langkah berikutnya yaitu mencetak banner dengan ukuran yang telah disepakati. Pemilik UMKM telah menyetujui ukuran dan bahan banner tersebut. Dengan demikian, banner yang dihasilkan akan sesuai dengan keinginan dan persetujuan. Selanjutnya, memeriksa hasil akhir agar sesuai dengan ekspektasi yang telah diatur dalam perancangan desain.

3. Memberikan Banner kepada Milik UMKM dan Memasang Banner

Merupakan tahap terakhir setelah melalui proses cetak, banner diserahkan kepada pemilik UMKM. Setelah serah terima, langkah selanjutnya yaitu memasang banner tersebut di lokasi atau area yang sebelumnya telah diputuskan bersama

pemilik UMKM. Tujuan dari pemasangan ini adalah untuk meningkatkan visibilitas banner dan memaksimalkan dampak pemasaran, sehingga lebih banyak orang dapat melihat dan merespons informasi atau promosi yang disampaikan melalui banner tersebut. Pemilihan lokasi yang strategis menjadi penting untuk memastikan bahwa target audiens dapat terpapar dengan efektif dan banner dapat mencapai sarannya dalam menciptakan kesadaran dan minat. Berikut UMKM yang perlu dikembangkan dalam pembuatan banner:

1. UMKM Warung Pecel Blitar “Bu Tia”

Produk yang dihasilkan oleh UMKM Pecel Blitar “Bu Tia” ini yaitu berupa makanan pecel, soto, dan sejenisnya. Oleh karena itu, agar UMKM ini bisa tersebar lebih luas dan dapat dilihat oleh banyak pengunjung, penulis membantu dalam hal strategi pemasaran yaitu pembuatan banner.



Gambar 1. Banner UMKM Pecel Blitar “Bu Tia”

Gambar diatas merupakan desain banner yang akan dipakai UMKM Pecel Blitar “Bu Tia”. Memiliki ukuran 150m × 80m. Didalam banner tersebut sudah tercantumkan menu dengan logo dari UMKM tersebut serta dilengkapi dengan nomer telepon tidak lupa juga terdapat foto.



Gambar 2. Banner petunjuk arah

Gambar 2 merupakan desain banner penunjuk arah menuju Pecel Blitar “Bu Tia”. Terdapat logo dan juga arah panah. Memiliki ukuran 50m × 30m.



Gambar 3. Pemberian Banner kepada pemilik UMKM

Gambar 3 diatas merupakan proses penyerahan banner kepada pemilik UMKM Pecel Blitar “Bu Tia”. Banner tersebut akan dipasang di lokasi yang strategis agar para pengunjung wisata dapat mengetahui warung tersebut.



Gambar 4. Pemberian Banner kepada pemilik UMKM

Gambar diatas merupakan pemberian banner kepada pemilik UMKM. Banner tersebut nantinya akan dibuat sebagai petunjuk arah menuju warung tersebut.

2. UMKM Angkringan Minul

Sama halnya dengan UMKM Pecel Blitar “Bu Tia”, UMKM Angkringan Minul ini menjual beberapa makanan, tetapi berbeda disini yaitu menjual ayam geprek, lumpia, bakso dan lain-lain. Oleh karena itu, agar UMKM ini bisa tersebar lebih luas dan dapat dilihat oleh banyak pengunjung, mahasiswa

KKNT UPN membantu dalam pembuatan banner.



Gambar 5. Banner UMKM Angkringan Minul

Gambar 5 diatas merupakan desain banner yang akan dipakai UMKM Angkringan Minul. Memiliki ukuran 120m x 50m. Didalam banner tersebut sudah tercantumkan menu daan juga terdapat foto.



Gambar 6. Desain banner petunjuk arah

Gambar 6 diatas merupakan desain banner penunjuk arah menuju Angkringan Minul. Terdapat logo, no telepon dan juga arah panah. Memiliki ukuran 60m x 60m.



Gambar 7. Pemberian Banner kepada pemilik UMKM

Gambar 7 diatas merupakan proses penyerahan banner kepada pemilik UMKM Angkringan Minul. Nantinya akan dipasang kesebuah gerobak Angkringan Minul.

Angkringan ini menyediakan banyak makanan beserta minuman.



Gambar 8. Pemberian Banner kepada pemilik UMKM

Gambar 8 diatas merupakan proses penyerahan banner kepada pemilik UMKM Angkringan Minul. Banner ini akan dipasang di depan angkringan dan menunjukkan arah ke lokasi tersebut. Tersedia nomor telepon dan juga menu dari UMKM tersebut.



Gambar 9. Percetakan Banner

Gambar 9 diatas merupakan lokasi yang akan digunakan untuk mencetak banner. Penulis melakukan percetakan banner ditempat tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, dua UMKM di Sirah Kencong Desa Ngadirenggo, Kecamatan Wlingi, Kabupaten Blitar, memiliki potensi untuk dikembangkan. Contohnya, UMKM Pecel Blitar "Bu Tia" dan UMKM Angkringan Minul. Namun, pelaku UMKM dihadapkan pada beberapa masalah, terutama terkait dengan kurangnya daya tarik media promosi dan kurangnya pemahaman

mereka mengenai branding. Solusi untuk mengatasi masalah ini adalah melalui beberapa tahapan yaitu dimulai dengan mendesain banner pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan mempromosikan produk, menyampaikan informasi mengenai UMKM. Didesain untuk memperkuat identitas merek dengan menonjolkan elemen visual yang konsisten, mendorong respons aktif dari pelanggan. Desain ini telah disetujui oleh pemilik UMKM setelah melalui proses pembahasan mengenai isi dan pewarnaan desain tersebut. Kemudian, setelah merancang desain banner, langkah berikutnya yaitu mencetak banner dengan ukuran yang telah disepakati. Pemilik UMKM telah menyetujui ukuran dan bahan banner tersebut. Dengan demikian, banner yang dihasilkan akan sesuai dengan keinginan dan persetujuan. Tahap terakhir yaitu, banner diserahkan kepada pemilik UMKM. Setelah serah terima, langkah selanjutnya yaitu memasang banner tersebut di lokasi atau area yang sebelumnya telah diputuskan bersama pemilik UMKM. Tujuan dari pemasangan ini adalah untuk meningkatkan visibilitas banner dan memaksimalkan dampak pemasaran, sehingga lebih banyak orang dapat melihat dan merespons informasi atau promosi yang disampaikan melalui banner tersebut. Diharapkan dari beberapa tahapan diatas, dapat membantu agar UMKM di desa tersebut bias lebih maju dan lebih ramai pengunjung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada UMKM yang ada di Sirah Kencong yaitu Pecel Blitar "Bu Tia" dan Angkringan Minul yang telah mengizinkan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sehingga dapat membantu serta memberikan solusi pada suatu masalah. Dengan itu penulis dapat membuat banner untuk UMKM tersebut agar lebih banyak dikenali orang serta mempermudah para pengunjung untuk menemukan lokasi UMKM tersebut. Semoga program ini bisa sangat bermanfaat ataupun membantu UMKM di Sirah Kencong untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Haryanto, R., Pebriyanto, A., & Banjarmasin, P. N. (2020). *Penerapan Digital Marketing*

Sebagai Strategi. 2, 56–59.

Kurniawan, R. A., & Andarini, S. (2023). *Peran Branding Produk Dalam Pengembangan UMKM di Desa Kebondalem*. 2(4), 341–346.

Pelangi, P., Makan, S. W., & Khas, C. (2023). *Lettering Pada Spanduk Warung Makan Buatan Asosiasi*. 11(1), 97–107.

Wawan, Abidin, Z., Irawan, H., & Jumardi, S. (2023). *Pembuatan Spanduk Dan Labeling Produk Sebagai Pemenuhan Startegi Pemasaran Produk Kerupuk Dan Keripik Pisang Di Desa Balangpesoang*. 2(1), 20–27.