
**SOSIALISASI PENTINGNYA PEMANFAATAN BANNER DALAM MENDORONG
SUKSESNYA UMKM DI KOTA PONTIANAK**

Waldi¹ *, Syarifah Siti Wartini², Tesa Lonika³

^{1,2,3}) Program Studi Manajemen, FEB UNTAN, Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia.

Email: b1021211040@student.untan.ac.id

ABSTRAK

Latar belakang kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini muncul dari kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya tarik penjualan akibat kurangnya pemanfaatan tren visual seperti banner. Pembuatan banner sering dianggap sulit karena membutuhkan keahlian khusus dalam pengeditan, menyebabkan sebagian besar pelaku usaha enggan menggunakannya. Banyak pelaku usaha lebih suka menggunakan kertas yang ditulisi dengan spidol dan hanya mencantumkan harga sebagai bentuk promosi. Permasalahan lain yang dihadapi pelaku UMKM adalah kurangnya kesadaran akan potensi hasil yang dapat diperoleh ketika memanfaatkan banner sebagai alat strategi pemasaran. Berdasarkan fakta tersebut, maka telah dilaksanakan program pengabdian kepada masyarakat telah di wilayah Kota Pontianak. Kegiatan ini mencakup penyampaian materi tentang pemanfaatan banner dan pembuatan desain banner. Adanya pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan sosialisasi ini, diharapkan dapat mendorong kesuksesan UMKM di Kota Pontianak

Kata Kunci : Sosialisasi, Banner, Alat Pemasaran, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

ABSTRACT

The background to this community service activity arises from the obstacles faced by MSMEs in increasing their sales appeal due to the lack of use of visual trends such as banners. Creating banners is often considered difficult because it requires special skills in editing, causing most business people to be reluctant to use them. Many business people prefer to use paper written on with a marker and only include the price as a form of promotion. Another problem faced by MSME players is a lack of awareness of the potential results that can be obtained when using banners as a marketing strategy tool. Based on these facts, a community service program has been implemented in the Pontianak City area. This activity includes delivering material about the use of banners and creating banner designs. It is hoped that this community service through socialization activities can encourage the success of MSMEs in Pontianak City

Keywords: Socialization, Banners, Marketing Tools, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs).

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Dalam konteks globalisasi ekonomi, UMKM memainkan peran sentral dalam membangun struktur ekonomi lokal, khususnya di Kota Pontianak. UMKM tidak hanya menjadi penyumbang signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, tetapi juga menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Meskipun Kota Pontianak mengalami perkembangan pesat dalam sektor UMKM, tantangan muncul terkait perlunya strategi pemasaran yang efektif untuk memastikan kesuksesan dan kelangsungan sektor ini.

Salah satu aspek yang perlu dicermati adalah kurangnya pemahaman UMKM akan manfaat penggunaan banner. Menurut data yang tertera di website Satu Data Kota Pontianak per September 2023, tercatat bahwa jumlah UMKM di kota ini mencapai 2.003. Meskipun begitu, ketika kita telaah lebih jauh, hanya sebagian kecil dari jumlah tersebut yang menggunakan banner.

Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan pemahaman tentang pemanfaatan banner dalam mendorong kesuksesan UMKM, kegiatan sosialisasi menjadi fokus utama dengan tujuan akhir untuk memberikan pengetahuan yang lebih luas kepada UMKM di Kota Pontianak tentang manfaat strategis penggunaan banner. Penelitian ini, yang menginvestigasi dampak banner terhadap tingkat ketahuan, kesadaran merek, dan kesuksesan keseluruhan UMKM, diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam. Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi dasar untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan, memperkuat peran banner sebagai alat yang signifikan dalam mendukung pertumbuhan dan kesuksesan UMKM di Kota Pontianak.

Permasalahan

Berdasarkan pengamatan terhadap sejumlah UMKM di wilayah Kota Pontianak, terlihat bahwa UMKM yang sudah menggunakan banner di usahanya mengalami peningkatan kinerja yang positif. Namun, pelaku usaha yang belum memiliki banner menunjukkan respon konsumen yang kurang baik, terlihat dari jumlah konsumen yang lebih rendah dibandingkan dengan UMKM yang sudah memanfaatkan banner.

Dari hasil wawancara dengan pelaku UMKM yang belum menggunakan banner, ditemukan beberapa kendala. Salah satunya adalah kesulitan dalam menciptakan daya tarik visual yang cukup kuat untuk menarik perhatian konsumen di tengah persaingan yang ketat. Selain itu, terdapat laporan tentang kecenderungan menurunnya minat beli oleh konsumen, mungkin karena kurangnya daya tarik yang diperoleh oleh UMKM yang belum menggunakan banner sebagai alat promosi.

Permasalahan ini menjadi lebih signifikan mengingat mayoritas konsumen di wilayah UMKM ini, khususnya di Kota Pontianak, adalah kalangan muda yang cenderung terhubung dengan tren visual. Oleh karena itu, kami berniat untuk melakukan sosialisasi tentang pentingnya pemanfaatan banner sebagai metode yang efektif dalam meningkatkan daya tarik UMKM, terutama di pasar yang didominasi oleh konsumen yang lebih muda dan terkoneksi dengan perkembangan visual saat ini.

METODE

Kelayakan Perguruan Tinggi

Universitas Tanjungpura (UNTAN) aktif terlibat dalam kegiatan Merdeka Belajar Kampus Mengajar (MBKM), yang dimana kegiatan ini melibatkan mahasiswa Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Mahasiswa Manajemen khususnya angkatan 2021 diwajibkan untuk terlibat dalam kegiatan ini, yang selanjutnya diikuti oleh Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) sebagai bagian dari penyelesaian tugas MBKM.

PKM merupakan upaya yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Pembelajaran dan

Kemahasiswaan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia. Tujuan utamanya adalah memberikan fasilitasi kepada mahasiswa untuk mengembangkan potensi mereka dan menerapkan ilmu dan teknologi yang telah dipelajari di perkuliahan kepada masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan dengan metode ilmiah sebagai wujud dari Tridharma perguruan tinggi, yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, serta sebagai tanggung jawab moral dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberikan kontribusi pada pembangunan nasional. PKM menjadi kewajiban bagi perguruan tinggi, sesuai dengan Undang-Undang No.20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional. Undang-undang tersebut menegaskan bahwa pengabdian masyarakat adalah kegiatan akademik untuk mengamalkan ilmu pengetahuan dan teknologi guna meningkatkan kesejahteraan umum serta mengembangkan kehidupan bangsa.

Universitas Tanjungpura berkomitmen untuk mewujudkan visi ini sesuai standar nasional pendidikan tinggi, sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No.3 tahun 2020 tentang standar nasional pendidikan tinggi. Sasaran umum dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah masyarakat di luar lingkungan kampus yang membutuhkan bantuan dan panduan untuk meningkatkan kemampuan dalam memecahkan masalah, terutama di wilayah strategis dalam lapisan masyarakat.

Kualifikasi Tim Pelaksana Kegiatan PKM

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang pemanfaatan banner dalam mendorong kesuksesan UMKM, khususnya di Kota Pontianak. Hal ini diharapkan dapat mengilustrasikan bagaimana penggunaan strategi pemasaran melalui banner dapat menjadi faktor yang berkontribusi secara positif dalam memajukan kegiatan UMKM.

Dalam rangka mencapai tujuan kegiatan PKM, diperlukan sebuah kelompok yang dapat bekerja sama dengan tepat dalam pelaksanaan kegiatan tersebut, sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai sesuai harapan. Untuk mendukung terlaksananya tujuan ini, diperlukan kualifikasi dan keahlian khusus dalam bidang pemasaran sebagai berikut:

1. Ketua Tim: Waldi, Mahasiswa Universitas Tanjungpura, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Jurusan Manajemen, Bidang Konsentrasi Manajemen Pemasaran.
2. Anggota Tim 1: Syarifah Siti Wartini, Mahasiswa Universitas Tanjungpura, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Jurusan Manajemen, Bidang Konsentrasi Manajemen Pemasaran.
3. Anggota Tim 2: Tesa Lonika, Mahasiswa Universitas Tanjungpura, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Jurusan Manajemen, Bidang Konsentrasi Manajemen Pemasaran.

Tim Pelaksana	Kepakaran Dalam Mengatasi Persoalan Mitra
Ketua Tim: Waldi	Spesialisasi: Manajemen Pemasaran

Anggota Tim 1: Syarifah Siti Wartini	Spesialisasi: Manajemen Pemasaran
Anggota Tim 3: Tesa Lonika	Spesialisasi: Manajemen Pemasaran

Rencana Pelaksanaan

Kegiatan PKM ini dilakukan pada UMKM yang berada di sekitaran Kota Pontianak, tepatnya di Jalan Prof. M. Yamin, Kota Baru, Kec. Pontianak Selatan, Kota Pontianak, Kalimantan Barat.

Dalam rangka tercapainya tujuan kegiatan PKM, kegiatan ini diselenggarakan dengan rencana yang telah dipersiapkan sebelum melakukan kegiatan. Adapun susunan rencananya adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pengamatan di kawasan Kota Pontianak: Dalam konteks ini, kelompok kami bersama-sama melakukan survei di sekitar Kota Pontianak untuk mengidentifikasi pemilik UMKM yang dapat menjadi lokasi pelaksanaan kegiatan PKM ini.
2. Menetapkan UMKM yang akan dipilih: Dalam hal ini, kelompok kami telah menentukan UMKM minuman es tebu yang belum memiliki banner di depan gerobaknya sebagai lokasi untuk melakukan sosialisasi tentang pemanfaatan banner.
3. Mempersiapkan materi sosialisasi: Dalam konteks ini, kami akan mempersiapkan materi yang membahas tentang pentingnya pemanfaatan banner dalam kegiatan berjualan. Selain itu, kami juga menyertakan contoh desain banner menggunakan Aplikasi Canva yang dipersiapkan sebelumnya.
4. Memberikan literasi kepada UMKM yang telah dipilih.

HASIL

Pelaksanaan

Program pengabdian kepada masyarakat terdiri dari dua kegiatan utama, yakni sosialisasi mengenai pemanfaatan Banner dan pembuatan desain Banner sebagai bagian dari upaya untuk membangun merek dan menarik pembeli. Sosialisasi mencakup kegiatan berbagi pengetahuan terkait strategi pemasaran melalui pemanfaatan Banner kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Pontianak

Memberikan Materi Pemanfaatan Banner

Kegiatan sosialisasi melibatkan penyampaian materi strategi pemasaran dengan memanfaatkan banner sebagai alat pemasaran bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Kota Pontianak. Dalam penyampaian materi, terdapat 2 pokok pembahasan mengenai manfaat banner:

1. Banner dapat Memperjelas Produk

Dengan adanya banner, pelaku UMKM dapat memberikan keterangan mendalam tentang fitur produk, bahan baku yang digunakan, harga produk, lokasi, serta informasi pemesanan seperti nomor handphone. Informasi ini tidak hanya sekedar memberikan informasi penjualan, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

2. Banner dapat Meningkatkan Minat Konsumen

Slogan-slogan menarik yang tercetak di banner dapat meningkatkan minat konsumen. Contohnya, menggunakan slogan seperti "Minuman Asli, Dijamin Manis" atau "Ledakan Rasa di Setiap Hisapan, Minuman Lezat Indonesia Ini Pasti Memuaskan Selera Kamu." Slogan-slogan tersebut tidak hanya memberikan identitas unik, tetapi juga menciptakan daya tarik yang membedakan UMKM dari pesaingnya.

Pembuatan Desain Banner

Selain kegiatan sosialisasi strategi pemasaran, program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini juga melibatkan pembuatan desain banner. Desain banner yang dihasilkan bertujuan untuk digunakan pada gerobak atau tenda pemilik usaha UMKM.

Desain banner yang dikembangkan didasarkan pada ciri khas produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. Sebagai contoh, apabila pelaku usaha UMKM bergerak dalam penjualan es tebu, maka desain banner dapat mencakup gambar yang menarik perhatian mengenai es tebu. Proses pembuatan desain banner dalam kegiatan ini menggunakan aplikasi Canva versi gratis yang dapat diunduh melalui aplikasi store berbasis Android.



**Gambar 1. Hasil Desain Banner (1)
(Sumber: Penulis)**



Gambar 2. Hasil Desain Banner (2)
(Sumber: Penulis)

PEMBAHASAN

Hasil dan Luaran yang Dicapai

Salah satu hasil yang diharapkan dalam kegiatan “Sosialisasi Pentingnya Pemanfaatan Banner Dalam Mendorong Suksesnya UMKM di Pontianak” adalah agar pelaku UMKM mampu mengimplementasikan materi yang telah diperoleh, khususnya terkait penggunaan banner sebagai sarana pemasaran. Banner menjadi unsur penting dalam memperkenalkan produk dan desain banner memiliki peran kunci, terutama bagi UMKM untuk mengembangkan produk. Desain banner dapat diedit dengan menggunakan aplikasi Canva yang tentunya dapat diakses secara gratis. Sebagai bagian dari luaran kegiatan, kami juga menyajikan hasil desain kepada pelaku UMKM es tebu yang belum memiliki banner sebagai contoh penerapan praktis dari materi yang disampaikan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Telah dilakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan kepada pemilik UMKM Minuman Es Tebu di kawasan Pontianak, hasil kuesioner menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah mampu memahami dengan baik materi yang disampaikan dalam kegiatan sosialisasi.

Pemahaman yang diperoleh ini memberikan dampak positif terhadap penggunaan banner, di mana para pelaku UMKM secara aktif merespon materi yang diberikan dalam pembuatan desain menggunakan aplikasi Canva sebagai sarana pemasaran produk.

Dalam penerapan kegiatan sosialisasi, pembuatan desain dengan Canva menjadi langkah konkret yang diambil oleh pelaku UMKM. Desain yang dihasilkan dari aplikasi tersebut tidak hanya memperkuat strategi pemasaran produk mereka, tetapi juga memberikan daya tarik visual yang meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka. Melalui pendekatan yang mudah dimengerti dan praktis ini, kegiatan PKM ini membuktikan bahwa pemanfaatan banner dalam mempromosikan UMKM di mencapai kesuksesan.

Saran

Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan agar pelaku UMKM segera menerapkan penggunaan banner di tempat usaha mereka dan merancang desain banner yang menarik dengan menggunakan

aplikasi Canva, memastikan bahwa informasi produk, logo, dan harga dapat ditempatkan dengan jelas dan menarik

Pelaku UMKM juga dapat diberdayakan melalui media sosial dengan memberikan panduan praktis tentang cara memasarkan desain banner mereka secara efektif melalui platform media sosial. Hal ini memanfaatkan potensi besar dari media sosial sebagai saluran promosi yang efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A. R. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1993.
- Kotler, P. & Kaller K.P. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall, 2012.
- Purnamasari, et al. "Strategi Pemasaran dalam Membangun Brand Image pada Sekolah Aluna Montessori Jakarta." *JIKOM*, 2020: 20.
- Stokes, et al. *Small Business Management and Entrepreneurship*. Boston: Cengage Learning, 2010.
- Wawan, et al. "Pembuatan Spanduk Dan Labeling Produk Sebagai Pemenuhan Startegi Pemasaran Produk Kerupuk Dan Keripik Pisang Di Desa Balangpesoang." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Hukum (JPMEH)*, 2023: 20-27.