



Journal of Human And Education

Volume 4, No. 6, Tahun 2024, pp 744-749

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Pentingnya Banner Dan Petunjuk Arah Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM "Batik Broyo"

Noverta Yustisia Sabela¹, Hery Pudjoprastyono²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: 22012010052@student.upnjatim.ac.id, herypmnj.upnjatim@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) "Batik Broyo" yang berlokasi di Kelurahan Pakal, Surabaya, melalui pembuatan dan pemasangan Banner serta Petunjuk Arah. Dalam era digital yang kompetitif, UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam hal branding dan pemasaran. Kegiatan ini dimulai dengan survei untuk mengidentifikasi kebutuhan utama pelaku UMKM, yang menunjukkan kurangnya identitas visual yang jelas. Selanjutnya, analisis dilakukan untuk merencanakan desain yang sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar. Proses pembuatan melibatkan penggunaan aplikasi desain grafis untuk menghasilkan materi promosi yang menarik dan informatif. Pemasangan Banner dan Petunjuk Arah dilakukan di lokasi strategis untuk memastikan visibilitas yang optimal. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik "Batik Broyo," memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, serta mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di daerah tersebut. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan solusi terhadap masalah identitas UMKM, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dan pelestarian budaya batik sebagai warisan tradisional Indonesia.

Kata Kunci : *Banner, Papan Petunjuk Arah, Visibilitas Usaha, Batik, UMKM*

Abstract

This research aims to enhance the visibility and accessibility of the Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) "Batik Broyo" located in Pakal Village, Surabaya, through the creation and installation of banners and directional signs. In the competitive digital era, MSMEs often face challenges in terms of branding and marketing. This activity began with a survey to identify the main needs of MSME actors, which revealed a lack of clear visual identity. Next, an analysis was conducted to plan a design that aligns with the product characteristics and target market. The creation process involved using graphic design applications to produce attractive and informative promotional materials. The installation of banners and directional signs is carried out in strategic locations to ensure optimal visibility. The results of this activity are expected to enhance the appeal of "Batik Broyo," make it easier for consumers to find the business location, and support the growth and sustainability of MSMEs in the area. Thus, this activity not only provides a solution to the identity problem of MSMEs but also contributes to the development of the local economy and the preservation of batik culture as a traditional Indonesian heritage.

Keywords : *Banner, Direction Signage, Business Visibility, Batik, MSMEs*

PENDAHULUAN

Perekonomian suatu daerah dapat diukur dari kontribusi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. UMKM tidak hanya berkontribusi dalam penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat, tetapi juga menjadi salah satu pendorong utama peningkatan daya beli, penciptaan inovasi, dan pengurangan kesenjangan ekonomi antar daerah. Di banyak daerah, keberadaan UMKM seringkali menjadi indikator utama kinerja perekonomian daerah karena menjadi andalan dalam mengurangi

pengangguran dan memperkuat ketahanan perekonomian di daerah. Seperti yang dijelaskan oleh T. Tjahjadi (2019), UMKM memainkan peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja dan memperkuat ketahanan ekonomi daerah, khususnya di daerah-daerah yang belum terlalu berkembang secara industri. Selain itu, menurut Sulaiman (2020), kontribusi UMKM terhadap perekonomian lokal juga terwujud dalam penguatan sektor informal yang dapat membantu memitigasi dampak krisis ekonomi global. Lebih jauh, menurut Riana (2021), UMKM sering menjadi pilar utama dalam pemerataan ekonomi di daerah, karena mereka dapat membuka peluang usaha baru di daerah yang lebih terpencil.

Banner dan Petunjuk Arah adalah dua bentuk komunikasi visual yang sangat penting dalam mendukung strategi pemasaran dan periklanan, terutama bagi bisnis yang ingin meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas. Banner biasanya ditempatkan di lokasi strategis yang sering dilalui orang, seperti jalan raya, untuk memberikan informasi dan mendorong masyarakat untuk mengetahui lebih jauh tentang produk dan layanan yang ditawarkan. Sedangkan, Petunjuk Arah adalah tanda yang menunjukkan ke rute atau lokasi tertentu dan membantu orang menemukan tempat. Kedua alat ini memberikan manfaat khusus bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena meningkatkan daya tarik dan aksesibilitas bagi pelanggan, sehingga mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Suryadi (2018), yang menyatakan bahwa banner efektif untuk meningkatkan visibilitas suatu produk atau layanan karena dapat diposisikan di tempat strategis dan dilihat oleh khalayak umum, terutama di area lalu lintas tinggi. Hal ini juga diperkuat oleh Kartika (2020), yang menyatakan bahwa banner berperan penting dalam membangun brand awareness bagi UMKM yang memiliki keterbatasan dana untuk promosi besar-besaran. Penggunaan banner sebagai sarana promosi menjadi sangat vital, terutama untuk usaha-usaha kecil yang perlu meningkatkan visibilitas mereka di pasar lokal. Selain banner, petunjuk arah juga menjadi elemen penting dalam mengarahkan konsumen menuju lokasi usaha. Nasution (2019) menjelaskan bahwa petunjuk arah yang jelas dan tepat sasaran dapat meningkatkan keterjangkauan lokasi usaha oleh konsumen, terutama bagi UMKM yang berada di lokasi yang kurang strategis. Ini menunjukkan bahwa pemanfaatan petunjuk arah yang efektif menjadi salah satu cara untuk memastikan bahwa konsumen dapat dengan mudah menemukan usaha tersebut. Mulyadi (2021) menambahkan bahwa penggunaan petunjuk arah yang efektif, didukung dengan desain yang menarik dan informatif, berpotensi meningkatkan kunjungan konsumen, yang pada akhirnya dapat mendukung peningkatan penjualan dan pertumbuhan usaha. Selain itu, pendapat dari Shinta (2022) menegaskan bahwa desain petunjuk arah yang menarik juga dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas mereka terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh UMKM.

Daerah Kelurahan Pakal, yang terletak di wilayah Surabaya, memiliki potensi besar dalam mengembangkan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penggerak perekonomian lokal. Seiring dengan perkembangan kota Surabaya yang pesat, UMKM di Kelurahan Pakal juga menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan masyarakat dan penyediaan lapangan kerja. Namun, banyak pelaku UMKM di wilayah ini masih menghadapi tantangan dalam hal branding dan pemanfaatan teknologi. Sebagaimana diungkapkan oleh Rini (2021), tantangan terbesar yang dihadapi oleh UMKM di daerah perkotaan adalah ketidakmampuan mereka untuk mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing di pasar yang lebih kompetitif. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan UMKM di Kelurahan Pakal, salah satu cara yang dapat diambil adalah dengan memanfaatkan pembuatan banner dan petunjuk arah sebagai sarana promosi yang efektif. Dengan menggabungkan desain banner yang menarik, serta petunjuk arah yang jelas, dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitasnya, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak pelanggan dan memperkuat posisi usaha di pasar lokal. Dalam hal ini, menurut Agus (2022), penggunaan desain yang tepat dan pemilihan lokasi yang strategis sangat penting untuk memastikan bahwa banner dan petunjuk arah mencapai audiens yang tepat dan memberikan dampak yang maksimal. Pendampingan yang diberikan diharapkan dapat membawa dampak positif bagi pelaku UMKM, tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, namun juga memperkuat kemampuan mereka dalam mengelola dan mengembangkan usahanya secara optimal. Dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan usahanya, memanfaatkan peluang pasar dengan lebih efektif, dan mengoptimalkan potensi usahanya. Dukungan ini ditujukan untuk membantu UMKM tumbuh berkelanjutan dan lebih kompetitif di pasar yang lebih luas, sebagaimana dijelaskan oleh Fariha (2023), yang menyatakan bahwa pendampingan yang intensif kepada pelaku UMKM dapat membantu mereka untuk beradaptasi dengan perkembangan pasar yang cepat dan memanfaatkan teknologi untuk pemasaran secara lebih efektif.

Di era digital saat ini, persaingan di dunia bisnis, sangatlah ketat khususnya di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM yang ada di Kelurahan Pakal, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya salah satunya "Batik Broyo". Kurangnya identitas yang kuat dari segi penandaan lokasi

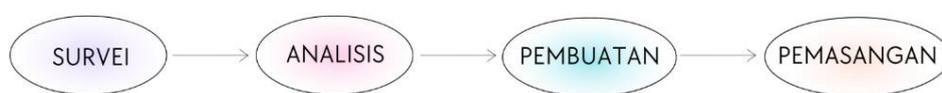
UMKM karena mereka belum memiliki Banner dan Petunjuk Arah. Ketidakhadiran elemen identitas seperti Banner Dan Petunjuk Arah membuat UMKM ini kurang terlihat dan sulit ditemukan oleh konsumen yang ingin berkunjung.

Namun, banyak pelaku UMKM minim pengetahuan dalam menciptakan materi promosi visual yang menarik, disebabkan oleh kurangnya keterampilan desain grafis dan kesulitan menggunakan perangkat lunak desain seperti canva. Padahal, desain grafis yang baik dapat membantu meningkatkan daya tarik produk, memperkuat citra merek, dan memperluas jangkauan konsumen melalui platform digital (Putra, 2023).

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM “Batik Broyo” dalam menciptakan materi promosi visual yang menarik, terutama kesulitan dalam penggunaan aplikasi design, Dengan adanya pendampingan ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM “Batik Broyo” menghasilkan Banner promosi yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik produk, sehingga dapat menarik minat konsumen dan memperkuat branding usaha mereka.

METODE PENELITIAN

Beberapa metode yang digunakan dalam kegiatan pemasangan Banner dan Petunjuk Arah pada UMKM Batik Broyo :



Gambar 1. Tahap penelitian

1. Survei

Hasil penelitian survei menunjukkan bahwa setelah melakukan pengamatan dan wawancara dengan pihak Batik Broyo. Kurangnya identitas yang jelas terhadap UMKM. Kebutuhan utama yang dibutuhkan adalah pemasangan Banner dan Petunjuk Arah untuk meningkatkan visibilitas usaha serta memudahkan pelanggan dalam menemukan lokasi toko.

2. Analisis

Tahap analisis dilakukan untuk menganalisis data yang sudah terkumpul. Setelah mengkaji data profil UMKM "Batik Broyo", pasar sasaran, dan ciri-ciri pelanggan. Analisis ini membantu dalam perencanaan desain, ukuran, konten, serta dalam penempatan banner dan lokasi yang tepat untuk pemasangan Petunjuk Arah.

3. Pembuatan Banner dan Petunjuk Arah

Setelah dilakukan survei dan analisis. Pembuatan dilakukan sesuai dengan desain yang telah direncanakan sebelumnya. Desain Banner mencakup elemen-elemen utama seperti gambar, warna mencolok, informasi kontak, serta dapat terlihat dengan jelas dari jarak jauh. Selanjutnya, Petunjuk Arah dibuat dari bahan yang kuat dan mudah terbaca.

4. Pemasangan

Setelah proses pembuatan Banner Dan Petunjuk Arah selesai, akhirnya pemasangan dilakukan di lokasi-lokasi yang sudah ditentukan berdasarkan hasil survey. Pemasangan perlu memperhatikan bagaimana visibilitas yang optimal, keterbacaan yang mudah dipahami, dan juga memberikan kemudahan akses bagi para pelanggan. Proses ini melibatkan pengukuran yang akurat, penempatan yang cermat, serta penggunaan alat dan teknik pemasangan yang sesuai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pembuatan Banner dan Petunjuk Arah “Batik Broyo” dimulai dengan tahap Survei yang dilakukan dengan seksama. Selama tahap survei ini, penting untuk memperhatikan dengan cermat kondisi lingkungan sekitar di lokasi "Batik Broyo". Hal ini mencakup pengecekan aksesibilitas lokasi, identifikasi potensi permasalahan yang dihadapi oleh "Batik Broyo", serta evaluasi potensi tata letak pemasangan Banner dan Petunjuk Arah.

Selama proses Survei, ditemukan bahwa kurangnya identitas yang jelas terhadap UMKM karena mereka belum memiliki Banner dan Petunjuk Arah. Dengan kekurangan ini, pengunjung atau pelanggan yang ingin berkunjung ke “Batik Broyo” akan kesulitan untuk mencari lokasi usaha tersebut. Mengenai kebutuhan yang diperlukan oleh pelaku UMKM “Batik Broyo” dengan bantuan pembuatan Banner dan Petunjuk Arah. Hal ini menjadi dasar yang kuat untuk merencanakan dan melaksanakan langkah-langkah selanjutnya. Seperti menganalisis desain, pembuatan, pemasangan Banner dan Petunjuk Arah yang sesuai. Dengan adanya Banner dan Petunjuk Arah yang terlihat serta jelas dan menarik, diharapkan “Batik Broyo” dapat meningkatkan visibilitas dan identitas yang kuat kepada UMKM sehingga lebih mudah ditemukan oleh pengunjung di masa mendatang.



Gambar 2. Diskusi dengan pelaku UMKM "Batik Broyo"

Kemudian menuju tahap Analisis, yang merupakan langkah penting dalam pembuatan Banner dan Petunjuk Arah untuk "Batik Broyo". Pada fase ini, kita mengumpulkan informasi tentang profil "Batik Broyo", target pasar yang ingin dicapai, dan juga karakteristik utama pelanggan yang menjadi perhatian. Saat melakukan analisis, kami secara aktif berinteraksi dengan pelaku UMKM "Batik Broyo" untuk memahami dengan baik keinginan serta preferensi mereka terhadap desain Banner dan Petunjuk Arah. Kami mengamati beragam unsur mulai dari penataan, jenis huruf, hingga pemilihan warna, sehingga hasilnya sesuai dengan identitas serta karakter Perusahaan. Fokus utamanya adalah menciptakan media visual yang menarik simpati pengunjung, mudah dipahami, dan terlihat berkelas..

Dengan melakukan analisis secara komprehensif, kita dapat menyusun rencana desain yang sesuai untuk Banner dan Petunjuk Arah UMKM "Batik Broyo". Pemilihan desain yang menarik dan informatif dapat menciptakan kesan positif bagi pengunjung, meningkatkan daya tarik dan memudahkan pengunjung mengenali lokasi UMKM. Selain itu, penting juga untuk memilih warna yang sesuai agar Banner dan informasi dapat terlihat dengan jelas saat siang maupun malam.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, kami kemudian melanjutkan ke tahap pembuatan. Proses ini dilakukan dengan hati-hati dan memperhatikan setiap detail yang telah di analisis. Proses pembuatan banner UMKM "Batik Broyo" dilakukan dengan menggunakan aplikasi Canva untuk mendapatkan hasil desain yang menarik dan profesional. Desain banner ini menyertakan elemen motif batik khas sebagai latar, yang memberikan identitas kuat sesuai dengan produk UMKM. Selain itu, pada bagian banner ditambahkan foto-foto dokumentasi saat UMKM mengikuti pameran, yang memberikan gambaran pengalaman dan reputasi. Informasi penting lain yang dimuat di dalam banner meliputi daftar produk yang tersedia, seperti jenis-jenis kain batik, produk fashion batik yang dapat dipesan oleh pelanggan. Untuk memudahkan calon pelanggan dalam menjangkau UMKM ini, juga dicantumkan informasi kontak, alamat, dan media sosial, sehingga dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja yang tertarik."



Gambar 3. Pembuatan Banner UMKM "Batik Broyo"

Proses pembuatan Petunjuk Arah memilih melalui cara pemesanan, bukan dengan membuatnya sendiri. Memberikan beberapa keuntungan, seperti waktu pelaksanaan menjadi lebih efisien, karena pihak ketiga yang lebih profesional mengerjakan seluruh proses dari desain hingga pemasangan. Selain itu, hasil akhir dari Papan Petunjuk memiliki kualitas yang lebih baik dan terlihat lebih profesional.

Dengan melalui tahapan observasi, analisis, dan pembuatan yang hati-hati. berhasil

menciptakan Banner dan Petunjuk Arah yang sesuai dengan kebutuhan UMKM “Batik Broyo”. Penyerahan hasil capaian dilakukan sebagai upaya dalam memberikan solusi mengenai kurangnya identitas terhadap pelaku UMKM “Batik Broyo”. Diharapkan bahwa Petunjuk Arah yang terbuat dari galvalum dengan stiker anti air yang di pasang di depan gang dan Banner yang dipasang di depan rumah memberikan dampak berkelanjutan bagi perkembangan UMKM “Batik Broyo” dalam



menjalankan usahanya sehingga potensi yang dimiliki oleh UMKM “Batik Broyo” dapat berjalan secara optimal. Selain itu, hal ini diharapkan dapat menjadi bagian dari upaya bersama untuk mendorong kemajuan sektor UMKM di daerah Kelurahan Pakal.

Gambar 4. Penyerahan Banner UMKM “Batik Broyo”



Gambar 5. Penyerahan Papan Petunjuk Arah UMKM “Batik Broyo”

SIMPULAN

Kegiatan pembuatan dan pemasangan Banner serta Petunjuk Arah untuk UMKM “Batik Broyo” telah dilaksanakan melalui tahapan survei, analisis, dan pembuatan yang terencana dan teliti. Survei yang dilakukan berhasil mengidentifikasi kebutuhan utama, yaitu kurangnya identitas visual yang jelas, sehingga menyulitkan pelanggan dalam menemukan lokasi usaha. Melalui analisis mendalam, desain Banner dan Petunjuk Arah dirancang agar menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik “Batik Broyo.” Desain tersebut menonjolkan elemen motif batik khas, informasi produk, dan kontak, dengan tujuan memberikan identitas yang kuat serta meningkatkan daya tarik dan profesionalitas UMKM.

Pemasangan Banner dan Petunjuk Arah di lokasi strategis diharapkan dapat memberikan dampak berkelanjutan bagi perkembangan UMKM ini. Dengan adanya sarana promosi dan petunjuk yang jelas, pelanggan akan lebih mudah mengenali dan mengunjungi “Batik Broyo,” yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan visibilitas dan omzet. Langkah ini juga diharapkan mendukung kemajuan UMKM di daerah Kelurahan Pakal secara keseluruhan, sekaligus memperkuat pelestarian budaya batik sebagai salah satu warisan tradisional Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Agus, H. (2022). Pengaruh Desain Banner dan Petunjuk Arah terhadap Visibilitas UMKM. Jurnal

- Pemasaran dan Periklanan, 14(2), 112-125.
- Astuti, M. L. (2022). Peran UMKM Batik dalam Pelestarian Budaya Lokal dan Ekonomi Kreatif. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Fariha, D. (2023). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Kompetensi UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 16(4), 98-110.
- Kartika, S. (2020). Pengaruh Banner dalam Meningkatkan Brand Awareness UMKM. *Jurnal Pemasaran*, 12(1), 56-70.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kurniawan, D. P. S., Kurnianto, A. D., & Libragiantari, E. D. (2023). Pembuatan Papan Nama Dan Sign System UMKM Dapoer Mini Di Kelurahan Gunung Anyar. *Jurnal Masyarakat Mengabdikan Nusantara*, 2(2), 95-104.
- Mulyadi, D. (2021). Strategi Promosi Visual untuk Peningkatan Aksesibilitas UMKM. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 10(1), 45-55.
- Nasution, M. (2019). Strategi Penggunaan Petunjuk Arah untuk UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(4), 120-133.
- Riana, L. (2021). Peran UMKM dalam Pemerataan Ekonomi Daerah. *Jurnal Ekonomi Daerah*, 6(2), 77-89.
- Rini, A. (2021). Tantangan UMKM di Daerah Perkotaan dalam Memasuki Pasar yang Kompetitif. *Jurnal Pengembangan UMKM*, 15(2), 45-59.
- Sulaiman, M. (2020). Peran UMKM dalam Menghadapi Krisis Ekonomi Global. *Jurnal Ekonomi Global*, 7(1), 15-30.
- Suryadi, B. (2018). Pengaruh Banner terhadap Visibilitas Produk UMKM. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 8(2), 101-114.
- Tjahjadi, T. (2019). Peran UMKM dalam Perekonomian Daerah. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 13(2), 50-64.
- Susanti, M. (2022). Efektivitas Media Visual dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. Jakarta: Kemenkop dan UKM RI.
- Salman, S., & Sholihah, D. D. (2024). Pemanfaatan Desain Banner Guna Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2179-2184.
- Shinta, F. (2022). Desain Petunjuk Arah yang Menarik dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(3), 29-40.
- Wijaya, D. (2022). Pelatihan UMKM untuk Peningkatan Daya Saing. *Jurnal Pengembangan UMKM*, 17(4), 29-41.