

## Peran Kuliah Kerja Nyata Dalam Mendukung Promosi UMKM Melalui Pemberian Spanduk Usaha

Wieke Mutiara<sup>1\*</sup>, A. Kelvin Kristyanto Hadi<sup>2</sup>, Alfonsius Nicholas<sup>3</sup>, Ivan Chayadi<sup>4</sup>, Adzra Annika<sup>5</sup>, Annisa Nurwasyilah<sup>6</sup>, Michael Krisjanto Kusuma<sup>7</sup>, Ryo Ferdinand<sup>8</sup>, Eka Rifail Saipuddin Rachman<sup>9</sup>, Luisa Cornelia Wijaya<sup>10</sup>  
<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10</sup>Universitas Pradita

\*surel: [wieke.mutiara@student.pradita.ac.id](mailto:wieke.mutiara@student.pradita.ac.id)

### ABSTRAK

Program KKN ialah suatu bentuk pengabdian untuk masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa sebagai implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran mahasiswa KKN dalam mendukung promosi bagi UMKM melalui strategi visual berupa pemberian dan pemasangan spanduk usaha. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan observasi langsung, wawancara informal, serta koordinasi bersama karang taruna dan pelaku UMKM di Desa Rancagong RW 09, Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa keberadaan spanduk berperan signifikan dalam meningkatkan visibilitas, identitas visual, serta daya tarik konsumen terhadap usaha lokal. Pelaku UMKM mengakui bahwa media promosi visual sederhana ini memberikan dampak positif terhadap citra usaha mereka. Dengan demikian, program KKN ini terbukti memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan UMKM serta memperkuat kolaborasi antara institusi pendidikan dan masyarakat dalam pengembangan ekonomi lokal.

Kata Kunci: KKN, UMKM, promosi visual

### ABSTRACT

*KKN is a form of community engagement conducted by university students as part of the Tri Dharma of Higher Education. This study aims to describe the role of KKN participants in supporting the promotion of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through a visual strategy in the form of business banner design and installation. The research used a qualitative approach involving direct observation, informal interviews, and coordination with local youth organizations and MSME owners in Rancagong Village, RW 09, Legok District, Tangerang Regency. The results show that banners play a significant role in enhancing business visibility, strengthening visual identity, and attracting consumers to local enterprises. MSME owners acknowledged that this simple visual promotional medium positively impacted the image of their businesses. Thus, the KKN program has proven to make a tangible contribution to empowering MSMEs and strengthening collaboration between academic institutions and local communities in promoting economic development.*

*Keywords: KKN, UMKM, visual promotion*

## **PENDAHULUAN**

Kuliah kerja nyata adalah sebuah kegiatan pembelajaran yang diimplementasikan sebagai pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa-mahasiswa dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Laia, 2022). KKN sebagai bentuk Tri Dharma sebuah universitas, dilaksanakan untuk meningkatkan isi dan bobot pendidikan dari setiap mahasiswa dan untuk mendapatkan nilai tambah pada pendidikan tinggi. (Syardiansah, 2019). Melalui program KKN mahasiswa memiliki potensi untuk membantu pelaku usaha dalam berbagai aspek, termasuk salah satunya strategi promosi yang sederhana namun berdampak. Salah satu strategi promosi dengan memanfaatkan media visual.

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengatakan UMKM bertujuan untuk meningkatkan dan membangun perekonomian di Indonesia. Namun, keterbatasan dalam hal promosi dan pemasaran masih menjadi tantangan bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya (Syarifuddin, 2025). Kurangnya akses terhadap media promosi yang efektif sering kali menyebabkan rendahnya daya saing produk UMKM di pasar lokal maupun nasional. Dalam konteks ini, partisipasi mahasiswa melalui program KKN dapat menjadi bentuk kontribusi nyata dalam mendukung kemajuan UMKM, terutama melalui pendekatan yang praktis dan aplikatif. Pemberian spanduk usaha merupakan salah satu strategi promosi visual yang sederhana namun efektif untuk menarik perhatian konsumen (Santoso & Sugito, 2025). Spanduk yang dirancang secara tepat dapat meningkatkan visibilitas usaha, memperkuat identitas UMKM, dan memberikan informasi penting terkait produk atau layanan yang ditawarkan (Ashidiqy et al., 2024). Oleh karena itu, kolaborasi antara mahasiswa KKN

dan pelaku UMKM dalam pembuatan spanduk usaha diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha lokal. Dalam jangka panjang, diharapkan UMKM di Desa Rancagong RW 09 dapat lebih mandiri dalam merancang dan menjalankan strategi pemasaran yang tepat, dimulai dari pemanfaatan spanduk sebagai langkah awal menuju pengembangan promosi yang berkelanjutan.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **1. Jenis Pendekatan Kegiatan**

Kegiatan ini menggunakan metode pendekatan secara kualitatif dalam Kuliah Kerja Nyata (KKN). Tujuan nya yaitu mengidentifikasi permasalahan yang ada di lingkungan Desa Rancagong RW 09 ini berupa solusi praktik yaitu pemberian spanduk usaha sebagai upaya meningkatkan usaha UMKM yang ada di Desa Rancagong terutama di RW 09.

### **2. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan**

Program KKN ini dilakukan di Desa Rancagong RW 09, Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang. Waktu pelaksanaan kegiatan ini berlangsung selama program KKN ini diadakan yaitu pada bulan Juni 2025.

### **3. Metode Pelaksanaan**

Program dilaksanakan dengan melalui beberapa tahapan seperti :

- **Observasi Lapangan**

Dilakukan observasi lapangan untuk mengidentifikasi UMKM yang sekiranya memerlukan spanduk usaha sebagai salah satu sarana promosi dari UMKM tersebut.

- **Koordinasi**

Tim KKN melakukan koordinasi dengan karang taruna setempat guna mendapatkan informasi UMKM yang

ada di desa tersebut, selain itu tim KKN juga melakukan koordinasi dengan pemilik dari UMKM tersebut mengenai bantuan pengadaan spanduk usaha guna untuk membantu sebagai salah satu sarana promosi UMKM tersebut agar semakin menarik untuk para konsumen.

- **Pengadaan dan Pemasangan Spanduk Usaha**

Pembuatan desain dan juga pemasangan spanduk usaha dilakukan oleh tim KKN kepada UMKM yang sudah ditentukan sebelum nya bersama dengan karang taruna desa setempat.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, kegiatan ini dilakukan dengan cara observasi secara langsung dengan karang taruna desa setempat guna untuk mengetahui UMKM mana saja yang nantinya akan dibuatkan spanduk usaha oleh tim KKN, selain itu juga data didapatkan dilakukan dengan mewawancarai secara langsung terhadap pemilik UMKM tersebut guna untuk mendapatkan informasi seputar dengan usaha tersebut yang nantinya digunakan oleh tim KKN untuk pembuatan desain agar selaras dengan keinginan dari pemilik UMKM tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, kegiatan KKN yang dilaksanakan di Desa Rancagong RW 09 memberikan dampak positif terhadap upaya promosi UMKM. Salah satu bentuk kontribusi konkret yaitu dengan menyediakan dan pemasangan spanduk usaha bagi beberapa pelaku UMKM di wilayah tersebut.

Wawancara dengan pelaku usaha menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka belum memiliki media promosi visual

yang layak, seperti spanduk. Ketiadaan spanduk menyebabkan usaha mereka kurang dikenal oleh masyarakat luas, terutama oleh pendatang atau pengunjung dari luar desa. Dengan adanya spanduk yang dirancang dan dipasang oleh mahasiswa KKN, para pelaku UMKM merasa terbantu dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan citra usahanya.



*Gambar 1. Proses Wawancara Pelaku UMKM*

Hasil observasi juga memperlihatkan bahwa lokasi spanduk yang dipasang cukup strategis, yakni di bagian depan tempat usaha dan area yang ramai dilewati warga. Desain spanduk yang informatif dan menarik, dengan menyertakan nama usaha, jenis produk/jasa, serta kontak yang bisa dihubungi, memberikan nilai tambah terhadap promosi UMKM tersebut. Secara keseluruhan, kegiatan KKN yang melibatkan pemberian spanduk usaha merupakan bentuk pengabdian yang tepat sasaran. KKN dilaksanakan tidak hanya untuk memberikan manfaat langsung bagi UMKM, tetapi juga melatih mahasiswa untuk terlibat aktif dalam pengembangan ekonomi lokal melalui pendekatan kreatif dan praktis.



Gambar 2. Proses Pemasangan Spanduk

## KESIMPULAN

Program KKN yang dilaksanakan di Desa Rancagong RW 09 memberikan kontribusi nyata dalam mendukung promosi UMKM melalui pendekatan visual berupa pembuatan dan pemasangan spanduk usaha. Kegiatan ini terbukti efektif dalam membantu pelaku UMKM meningkatkan visibilitas usahanya, memperkuat identitas visual, serta memperluas jangkauan pemasaran secara lokal.

Dengan demikian, program ini mencerminkan tercapainya sinergi antara dunia akademik dan sektor UMKM dalam upaya meningkatkan perekonomian lokal. Kegiatan serupa diharapkan dapat terus dikembangkan sebagai bagian dari bentuk pengabdian masyarakat yang berkelanjutan dan berdampak positif.

## DAFTAR PUSTAKA

Ashidiqy, A. B., Jaman, U. B., Heriyanto, H., & Ardhiansyah, A. (2024). Optimalisasi Pemasaran UMKM Melalui Desain dan Pembuatan Spanduk di Desa Cikahuripan, Kecamatan Cisolok, Kabupaten Sukabumi. *Sciences du Nord Community Service*, 1(2), 39-44.

Firmansyah, D., & Lestari, M. (2020). Efektivitas Media Spanduk dalam Meningkatkan Daya Tarik Usaha Mikro. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 4(2), 55-63.

Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.

Laia, B. (2022). Sosialisasi Dampak Kegiatan Kuliah Kerja Nyata di Desa. 1(2). <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/HAGA/article/view/325>

Laia, B. F. (2022). Implementasi KKN sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 112-118.

Maulana, R. (2020). Pengaruh Media Visual dalam Peningkatan Daya Saing Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovatif*, 3(2), 88-94.

Rahayu, S. (2021). Peran Desain Grafis dalam Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 32-40.

Santoso, A. D. T., & Sugito, S. (2025). Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Melalui Desain Banner UMKM Warkop Warung Ijo Di Kelurahan Sumber Rejo. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 1446-1450.

Syaifuddin, S. (2025). Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Kecamatan Kadungora, Garut: Inovasi Menuju Kesuksesan Bisnis. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 980-986.

Syardiansah, S. (2019). Kontribusi Kuliah Kerja Nyata dalam Meningkatkan Nilai Tambah Pendidikan Tinggi. *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 45-52.

Syardiansah, S. (2019). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian Dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa. 7(1). <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim/article/download/915/621>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008.