

PENDAMPINGAN DAN PENGEMBANGAN UMKM “WARUNG MAKAN MBAK ANA” MELALUI MEDIA PROMOSI

Retno Dwi Yuliani¹, Safira Yuni Yanti², Durorul Anwar³, Sri Layla Wahyu Istanti⁴

^{1,2,3,4}Universitas YPPI Rembang

Jl. Raya Rembang-Pamotan Km. 4 Rembang (Clangapan Rembang) Kode Pos 59219
yulianiretno80@gmail.com, safirayuniyanti84@gmail.com, durorulanwar13@gmail.com,
laylawahyu3@gmail.com

Abstract: *One of the main obstacles in the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) is a lack of promotion. This obstacle is experienced by Mbak Ana's Food Stall, an MSME operating in the culinary sector and located in Punjulharjo Village, Rembang District, Rembang Regency, Central Java. During this activity, the Business Work Study (BWS) team found that this MSME faces several issues, including a lack of visual identity and inadequate promotional materials, resulting in limited recognition. Solutions to these issues include creating an MSME logo, producing order-acceptance stickers, compiling an updated menu list, designing menu banners and promotional banners highlighting the main dish mangut kepala ikan manyung and adding the business location to Google Maps. The results of this activity show that the SME now has a business identity logo, order acceptance stickers, an updated menu list, menu banners and promotional banners installed at the SME location, and a Google Maps tag installed, making it easier for customers to find the location.*

Keywords: *MSMEs Assistance, Promotion.*

Abstrak: *Salah satu kendala utama dalam pengembangan usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) adalah kurangnya promosi. Kendala ini dialami oleh UMKM Warung Makan Mbak Ana yang bergerak di bidang kuliner dan berlokasi di Desa Punjulharjo, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Dalam kegiatan ini tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) menemukan bahwa UMKM ini memiliki beberapa permasalahan yaitu kurangnya identitas visual dan media promosi yang kurang memadai, sehingga kurang dikenal secara luas. Solusi dari permasalahan tersebut yaitu meliputi pembuatan logo UMKM, pembuatan stiker menerima pesanan, penyusunan daftar menu terbaru, mendesain banner menu dan banner promosi yang menonjolkan menu utama yaitu mangut kepala ikan manyung, serta menambahkan lokasi usaha pada Google Maps. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki logo identitas usaha, UMKM memiliki stiker menerima pesanan, UMKM memiliki daftar menu terbaru, banner menu dan banner promosi telah terpasang di lokasi UMKM, Tag Google Maps telah terpasang sehingga memudahkan pelanggan untuk menemukan lokasi.*

Kata kunci: *Pendampingan UMKM, Promosi.*

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha yang memiliki modal, omset, dan jumlah karyawan yang terbatas, tetapi memiliki peranan yang penting dalam perekonomian lokal. Menurut Damayanti et al., (2024) keberadaan UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia karena memberikan manfaat bagi masyarakat dan mendukung distribusi pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM juga berperan strategis dalam menggerakkan roda ekonomi nasional (Wati et al., 2024).

Salah satu upaya peningkatan UMKM adalah menggunakan media promosi. Promosi merupakan suatu alat atau usaha yang dilakukan untuk menyampaikan informasi, membujuk, dan memperkenalkan produk kepada konsumen melalui berbagai metode (Nurhayati et al., 2023). Kurangnya strategi promosi dalam UMKM dapat berdampak buruk dalam keberlangsungan usaha. Promosi yang kurang efektif mengakibatkan konsumen tidak mengetahui keberadaan UMKM serta produk yang ditawarkan sehingga pertumbuhan usaha dapat terhambat. Oleh karena itu promosi merupakan salah satu faktor penting dalam keberlangsungan dan daya saing UMKM di pasar lokal.

Kota Rembang memiliki banyak UMKM salah satunya adalah Warung Makan Mbak Ana. Warung Makan Mbak Ana yang terletak di wisata pantai Karangjahe di desa Punjulharjo merupakan UMKM yang memproduksi berbagai jenis masakan, mulai dari cemilan, minuman, dan makanan berat. Warung Makan Mbak Ana berdiri sejak tahun 2013 dan didirikan oleh Ibu Tasirah, yang bermula tinggal di Batang dan berpindah ke desa Punjulharjo pada tahun yang sama.

Dalam usahanya Ibu Tasirah memiliki keunggulan dalam berbagai hal yaitu, bahan yang digunakan berkualitas, pelayanan yang ramah, serta menu yang ditawarkan cukup beragam. Salah satu menu khas yang ditawarkan di usaha Ibu Tasirah adalah “Mangut Kepala Ikan Manyung”. UMKM Ibu Tasirah juga memiliki kekurangan yaitu dengan banyaknya menu yang ditawarkan dapat menyulitkan dalam pengelolaan bahan baku, karena disetiap hidangan akan memerlukan bahan baku yang berbeda-beda. Hal ini dapat meningkatkan risiko kerugian, bahan membusuk atau kadaluarsa, serta kehabisan stok. Selain itu keterbatasan identitas usaha dan kurangnya media promosi menjadi kekurangan UMKM tersebut.

Lokasi usaha sangat penting dalam bisnis kuliner, dengan pemilihan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau sehingga banyak konsumen yang akan berkunjung ke tempat tersebut (Juliani, 2023). UMKM Ibu Tasirah memiliki peluang yang cukup bagus yaitu

dalam hal lokasi. UMKM Ibu Tasirah memiliki lokasi yang strategis yaitu berada dekat dengan gerbang wisata, sehingga dapat dengan mudah untuk menarik wisatawan untuk menjadi pelanggan. Ancaman UMKM Ibu Tasirah sendiri yaitu terletak pada persaingan dengan UMKM-UMKM yang berada di sekitar tempat wisata dan UMKM sekitar yang lebih aktif dalam media online serta memiliki visual produk yang lebih menarik. Apabila tidak dikelola dengan benar, UMKM akan rentan terjadi penurunan produktivitas dan bahkan mengalami kebangkrutan, yang akhirnya dapat berdampak pada kesejahteraan dan stabilitas ekonomi masyarakat (Nailul, 2025). UMKM Ibu Tasirah memiliki kendala dan permasalahan yaitu kurangnya media promosi, tidak adanya identitas usaha, tidak adanya promosi dalam media online, dan bahan baku yang mudah basi atau kadaluarsa.

Untuk menanggapi hal tersebut, para peserta KKU melakukan program kerja yang meliputi pembuatan logo usaha, membuat stiker menerima pesanan, daftar menu dengan harga terbaru, banner menu, banner promosi, serta penandaan lokasi pada Google Maps. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen dan dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada (Sendianto, 2021).

Dengan hal ini diharapkan peserta KKU dapat membantu Ibu Tasirah untuk membangun identitas usaha yang kuat dan dapat memperluas jangkauan pasar secara praktis dan dapat berkelanjutan.

METODE

Dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Usaha ini menggunakan menggunakan pendekatan partisipatif dengan Ibu Tasirah selaku pemilik UMKM Warung Makan Mbak Ana. Kegiatan ini dimulai dengan melakukan survei ke lokasi usaha Ibu Tasirah yaitu Warung Makan Mbak Ana yang bergerak di bidang kuliner di desa Punjulharjo. Setelah itu melakukan survei untuk mengidentifikasi kebutuhan yang ada pada UMKM Ibu Tasirah.

Setelah mendiskusikan kebutuhan apa saja yang diperlukan oleh UMKM Ibu Tasirah, peserta Kuliah Kerja Usaha dan Ibu Tasirah mendiskusikan bentuk promosi apa yang sesuai dengan UMKM ini. Berdasarkan hasil diskusi yang telah dilakukan, terdapat enam jenis bentuk promosi yang akan dihasilkan dalam kegiatan ini yaitu: Logo usaha, stiker menerima pesanan, daftar menu dengan harga terbaru, banner menu, banner promosi, dan tag google maps.

Langkah selanjutnya yaitu pendesainan logo, logo didesain dengan mempertimbangkan ciri khas tempat usaha tersebut. Logo tersebut juga dicantumkan

kedalam desain daftar menu, banner menu, dan banner promosi. Kegiatan pendesainan ini dilakukan dengan melibatkan Ibu Tasirah selaku pemilik UMKM, hal ini dilakukan agar apabila adanya masukan maupun revisi dari Ibu Tasirah. Setelah desain disetujui, stiker menerima pesanan dicetak sebanyak 200 lembar dengan ukuran 2,5 cm dan 3 cm, daftar menu dengan harga yang terbaru telah dicetak dan dilaminating mika, banner menu dan banner promosi juga telah dicetak dan dipasang di area UMKM. Serta untuk meningkatkan visibilitas digital, lokasi usaha juga telah ditandai dan diverifikasi dengan layanan Google Maps.

Kegiatan ini berlangsung selama satu bulan, dengan pembagian waktu berdasarkan program kerja yang dikerjakan. Evaluasi juga dilakukan dengan bantuan Ibu Tasirah untuk memberikan masukan serta revisi dalam proses kegiatan ini berlangsung.

HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh peserta KKU Universitas YPPI Rembang pada UMKM Warung Makan Mbak Ana yang berlangsung selama satu bulan dan menghasilkan kegiatan sebagai berikut:

1. Logo Usaha

Adanya logo usaha sehingga UMKM memiliki identitas. Identitas dalam UMKM tidak hanya untuk menarik konsumen, tetapi juga membangun citra merek dan dapat dengan mudah untuk dikenali (Sandra, 2024).



Gambar 1. Logo UMKM Warung Makan Mbak Ana

2. Stiker Menerima Pesanan

Hasil dari kegiatan pembuatan stiker menerima pesanan yaitu stiker yang telah dicetak terdapat logo usaha dan nomer telfon pemilik usaha untuk memudahkan pelanggan jika ingin memesan menu untuk acara-acara lain.



Gambar 2 dan 3. Desain Stiker dan Stiker yang Telah Terpasang

3. Daftar Menu

Hasil dari kegiatan pembuatan daftar menu adalah UMKM memiliki daftar menu dengan harga terbaru sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengetahui harga tiap menu yang telah tertera.



Gambar 4, 5, 6, dan 7. Desain Daftar Menu dan Daftar Menu yang Telah Dicitak

4. Banner Menu

Hasil dari kegiatan pembuatan banner menu, hal ini bertujuan agar calon pelanggan tertarik dengan menu-menu yang ditawarkan.



Gambar 8 dan 9. Desain Banner Menu dan Banner Menu yang Telah Terpasang

5. Banner Promosi

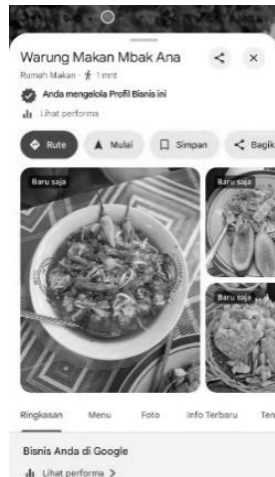
Hasil dari kegiatan pembuatan banner promosi, banner dicetak dan telah dipasang di depan Warung Makan Mbak Ana, hal ini dilakukan untuk menarik perhatian pengunjung.



Gambar 10 dan 11. Desain Banner Promosi dan Banner Promosi yang Telah Terpasang

6. Tag Google Maps

Penerapan teknologi digital dalam sebuah usaha dapat membawa perubahan yang mendasar dalam aspek kehidupan manusia (Fujiono et al., 2023). Dengan hal ini Peserta KKU memasang Tag Google Maps, hal ini bertujuan agar para pengunjung dapat dengan mudah untuk menemukan lokasi usaha serta meningkatkan visibilitas usaha secara *online*.



Gambar 12. Tag Google Maps Telah Terpasang

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan KKU yang telah dilakukan pada UMKM Warung Makan Mbak Ana, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. UMKM Warung Makan Mbak Ana telah mempunyai logo usaha untuk menjadi identitas dari usaha tersebut.
2. UMKM telah memiliki stiker menerima pesanan hal ini untuk menunjukkan bahwa UMKM menyediakan layanan pemesanan untuk acara-acara lain.
3. Daftar Menu telah tersedia di UMKM sehingga pelanggan dengan mudah dapat memilih pilihan menu dengan harga yang telah tersedia.
4. Banner menu yang telah terpasang menampilkan jenis menu yang tersedia dan menu utama yang dapat menarik perhatian pengunjung.
5. Banner promosi yang terpasang di depan warung untuk menarik perhatian pelanggan terhadap menu utama yang ditawarkan.
6. Tag Google Maps telah terpasang untuk memudahkan pelanggan untuk menemukan lokasi warung serta meningkatkan visibilitas usaha secara online.

Dalam pelaksanaan kegiatan KKU pada UMKM Warung Makan Mbak Ana peserta KKU memberikan beberapa saran yang dapat digunakan untuk pengembangan usaha ke depan:

1. Pemilik usaha seharusnya mengikuti perkembangan teknologi promosi digital.
2. Pemilik usaha harus lebih teliti tentang masa kadaluarsa bahan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas YPPI Rembang, Dosen Pendamping Lapangan Ibu Dr. Sri Layla Wahyu Istanti, S.E., M.Si. yang telah memberikan pendampingan serta kesempatan dan dukungan. Serta pihak UMKM Warung Makan Mbak Ana yang bersedia untuk bekerja sama dengan aktif atas program kerja yang dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, A. I., Nurhidayati, A., Ihsan, S., & Rohman, M. H. A. (2024). Pendampingan dan Pengembangan Usaha UMKM Anis Tempe melalui Branding Produk di Era Digital. *Adi Widya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 509–515. <https://doi.org/10.33061/awpm.v8i1.9810>
- Fujiono, Zabadi, F., Hanayanti, C. S., & Rahmawati, R. R. (2023). PEMANFAATAN GOOGLE-MAPS SEBAGAI BENTUK DIGITALISASI PEMASARAN PRODUK UMKM DI DESA BUNDER . *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 11(2), 89–93.
- Juliani, T. G. (2023). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Seblak Padarame Di Graha Asri Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 249–259.
- Nailul, M. (2025). MANAJEMEN RISIKO PASAR PADA UMKM: MENGHADAPI TANTANGAN DAN MEMANFAATKAN PELUANG DI ERA DIGITAL BINAAN BAZNAS MICROFINANCE DESA (BMD) MALANG. *Buletin Abdi Masyarakat*, 5(2), 66–76. <https://doi.org/10.47686/bam.v5i2.754>
- Nurhayati, L., Lasminingrat, A., Lusiana Yulianti, M., & Komar Priatna, D. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Penjualan UMKM S3Shop di Kecamatan Conggeang Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 40–50. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1.20>
- Sandra, Y. M. (2024). OPTIMALISASI PENGEMBANGAN UMKM DESA RETES MELALUI EFEKTIVITAS DESAIN BANNER DAN LOGO. *Jurnal Abdimas Bencoolen*, 2(1), 22–28. <https://doi.org/10.33369/abdimas.v2i1.36563>
- Sendianto, S. (2021). ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK BESERTA PERAMALAN PENJUALANNYA. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 85–94. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v16i2.103>
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia . *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)* , 3(1), 265–282.