

PENDAMPINGAN DESAIN MEDIA PROMOSI VISUAL SEBAGAI UPAYA PENGUATAN IDENTITAS USAHA PADA UMKM KULINER AYAM GORENG ERAWAN KOTA MEDAN

Sugianto¹, Jayren², Shellynn³, Jimmy⁴, Tiarma Simanihuruk⁵, Septi Arianto⁶

^{1,4,5}Dosen Program Studi Sistem Informasi, ⁶Dosen Program Studi Manajemen,

^{2,3}Mahasiswa Program Studi Sistem Informasi

Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas IBBI, Medan, Indonesia

Email: sugiantoshi@gmail.com, jayren000medan@gmail.com, shellynn019@gmail.com,
jimmy_khuang@hotmail.co.id, tiarma.simanihuruk@gmail.com, arianto.septi158@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner umumnya masih mengandalkan media promosi konvensional yang sederhana dan belum mampu menampilkan identitas usaha secara optimal, sebagaimana ditemukan pada UMKM Ayam Goreng Erawan yang berlokasi di Jl. Asia Raya Dalam, Kota Medan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu mitra dalam merancang ulang media promosi berupa spanduk usaha agar lebih menarik, informatif, dan profesional. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, wawancara kebutuhan mitra, penentuan konsep desain, pembuatan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop, serta evaluasi dan revisi berdasarkan masukan pemilik usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa spanduk baru berhasil menampilkan nama usaha secara lebih menonjol, mencantumkan variasi menu unggulan, menggunakan kombinasi warna merah dan kuning sesuai preferensi mitra, serta menyertakan alamat usaha tanpa mencantumkan nomor kontak sebagaimana diminta oleh pemilik. Pemilik UMKM menyatakan kepuasan terhadap hasil akhir desain karena dinilai lebih modern dan mampu memperkuat identitas visual usaha. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendampingan desain visual yang partisipatif dapat menjadi solusi praktis dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing UMKM kuliner berskala mikro.

Kata Kunci: UMKM; desain spanduk; media promosi; identitas visual; pengabdian masyarakat

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector generally still rely on simple conventional promotional media that fail to optimally represent their business identity, as found in the case of Ayam Goreng Erawan, an MSME located on Jl. Asia Raya Dalam, Medan City. This community service program aimed to assist the partner in redesigning its promotional banner to be more attractive, informative, and professional. The implementation method consisted of field observation, needs interviews, design concept determination, design production using Adobe Photoshop, and evaluation and revision based on the owner's feedback. The results show that the new banner successfully highlighted the business name, displayed a variety of featured menu items, applied a red-and-yellow color combination as requested by the partner, and included the business address while omitting contact numbers as instructed by the owner. The owner expressed satisfaction with the final design, considering it more modern and capable of strengthening the business's visual identity. This activity demonstrates that participatory visual design assistance can serve as a practical solution to enhance the attractiveness and competitiveness of micro-scale culinary MSMEs.

Keywords: MSME; banner design; promotional media; visual identity; community service

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menggerakkan perekonomian masyarakat, khususnya pada sektor kuliner yang menjadi salah satu bidang usaha dengan pertumbuhan paling pesat di lingkungan perkotaan. Meskipun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam aspek pemasaran, terutama pada penggunaan media promosi visual yang efektif untuk memperkenalkan produk dan memperkuat identitas usaha di tengah masyarakat.

Desain grafis dan media visual seperti banner atau spanduk memiliki peran penting sebagai sarana untuk memperkenalkan produk maupun layanan kepada calon konsumen, sehingga kualitas visualisasinya turut memengaruhi minat pelanggan terhadap suatu usaha (Timothy & Dermawan, 2023). Namun demikian, banyak pelaku UMKM belum sepenuhnya menyadari pentingnya penggunaan media promosi yang menarik akibat keterbatasan pengetahuan dan sumber daya dalam bidang desain komunikasi visual.

Kondisi tersebut juga ditemukan pada UMKM Ayam Goreng Erawan yang berlokasi di Jl. Asia Raya Dalam No. 67, Kelurahan Sukaramai II, Kecamatan Medan Area, Kota Medan. Berdasarkan observasi awal, UMKM ini telah memiliki berbagai menu makanan unggulan seperti Ayam Goreng, Ayam Ketumbar, Nasi Simangunsong, Nasi Goreng Ikan Teri, Indomie Kangkung Belacan, dan Nasi Cumi-Cumi yang cukup diminati pelanggan. Akan tetapi, media promosi berupa spanduk yang digunakan masih bersifat sederhana, dengan informasi yang terbatas serta belum mampu menampilkan identitas usaha dan variasi menu secara optimal kepada masyarakat.

Branding yang kuat melalui elemen visual seperti logo dan spanduk terbukti mampu meningkatkan kesadaran merek serta minat beli konsumen terhadap produk UMKM (Prayogo et al., 2023). Sejalan dengan hal tersebut, pemanfaatan teknologi desain secara tepat juga berkontribusi terhadap pengembangan UMKM di era digital, khususnya dalam menciptakan citra usaha yang lebih profesional dan kompetitif (Wibowo & Sutrisno, 2021). Penguatan identitas visual melalui pembuatan logo dan spanduk yang disertai pendampingan berkelanjutan juga terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha serta menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha mikro (Risya et al., 2026).

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian dari Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas IBBI memandang perlu dilaksanakannya kegiatan pendampingan pembuatan desain spanduk usaha bagi UMKM Ayam Goreng Erawan. Kegiatan ini merupakan wujud nyata pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dharma pengabdian kepada masyarakat, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi kebutuhan mitra terhadap media promosi visual; (2) merancang desain spanduk baru yang sesuai dengan preferensi dan karakteristik usaha mitra; dan (3) mengevaluasi dampak perubahan desain terhadap identitas visual usaha mitra.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada UMKM Ayam Goreng Erawan yang beralamat di Jl. Asia Raya Dalam No. 67, Sukaramai II, Kecamatan Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara, dengan pemilik usaha bernama Nando. Pemilihan mitra didasarkan pada hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa media promosi yang digunakan masih sederhana dan belum optimal dalam menampilkan identitas usaha.

Tabel 1 menyajikan identitas UMKM mitra dalam kegiatan pengabdian ini.

Tabel 1. Identitas UMKM Mitra

Keterangan	Informasi
Nama Usaha	Ayam Goreng Erawan
Nama Pemilik	Nando
Alamat / Lokasi Usaha	Jl. Asia Raya Dalam No. 67, Sukaramai II, Kecamatan Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara 20224
Jenis Usaha	Usaha kuliner yang menyediakan berbagai menu makanan siap saji

Pelaksanaan kegiatan pendampingan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

Observasi lapangan dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha, aktivitas operasional, menu yang ditawarkan, serta kondisi media promosi yang digunakan mitra saat ini. Hasil

observasi menjadi dasar dalam mengidentifikasi kebutuhan pengembangan media promosi yang lebih efektif.

Wawancara dilakukan bersama pemilik usaha untuk menggali kebutuhan, preferensi desain, serta informasi yang ingin ditampilkan pada spanduk, meliputi pilihan warna, penempatan nama usaha, daftar menu unggulan, serta informasi alamat usaha.

Penentuan konsep desain dilakukan berdasarkan hasil wawancara, dengan mempertimbangkan karakteristik usaha kuliner dan target konsumen mitra.

Pembuatan desain spanduk dilakukan menggunakan aplikasi Adobe Photoshop dengan memperhatikan aspek pemilihan warna, tata letak, tipografi, serta penempatan elemen promosi agar hasil akhir terlihat menarik dan informatif.

Evaluasi dan revisi dilakukan setelah desain awal selesai dibuat, berdasarkan masukan dan saran dari pemilik usaha, hingga diperoleh hasil akhir desain yang sesuai dengan kebutuhan dan siap digunakan sebagai media promosi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kondisi Awal Media Promosi (Before)

Sebelum dilakukan kegiatan pendampingan, UMKM Ayam Goreng Erawan belum memiliki media promosi yang mampu menampilkan identitas usaha secara optimal. Spanduk yang digunakan masih bersifat sederhana dengan informasi yang terbatas serta tampilan visual yang kurang menarik perhatian konsumen, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kondisi desain spanduk UMKM Ayam Goreng Erawan sebelum pendampingan

Kondisi lapak usaha sebelum pendampingan turut memperlihatkan bahwa identitas visual usaha belum tersampaikan secara maksimal kepada masyarakat, sebagaimana terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kondisi lapak UMKM Ayam Goreng Erawan sebelum pendampingan

3.2 Hasil Wawancara Kebutuhan Mitra

Hasil wawancara dengan pemilik UMKM Ayam Goreng Erawan menunjukkan bahwa mitra menginginkan desain spanduk baru dengan tampilan yang lebih menarik, modern, dan profesional. Beberapa kebutuhan spesifik yang disampaikan mitra antara lain: (1) penggunaan kombinasi warna merah dan kuning agar spanduk lebih mudah terlihat oleh calon pelanggan; (2) pencantuman alamat usaha sebagai informasi lokasi, tanpa menyertakan nomor telepon atau media komunikasi lainnya; (3) penampilan menu unggulan seperti Ayam Goreng 1 Ekor, Ayam Goreng Ketumbar, Nasi Simangunsong, Nasi Goreng Ikan Teri, Indomie Kangkung Belacan, dan Paket Nasi Cumi-Cumi; serta (4) penonjolan nama usaha "Ayam Goreng Erawan" dengan ukuran besar dan mudah dibaca guna meningkatkan pengenalan merek.

Preferensi warna merah dan kuning yang disampaikan mitra sejalan dengan kajian yang menunjukkan bahwa kedua warna tersebut umum digunakan pada media promosi usaha kuliner karena diyakini mampu membangkitkan selera makan dan menarik perhatian konsumen secara visual.

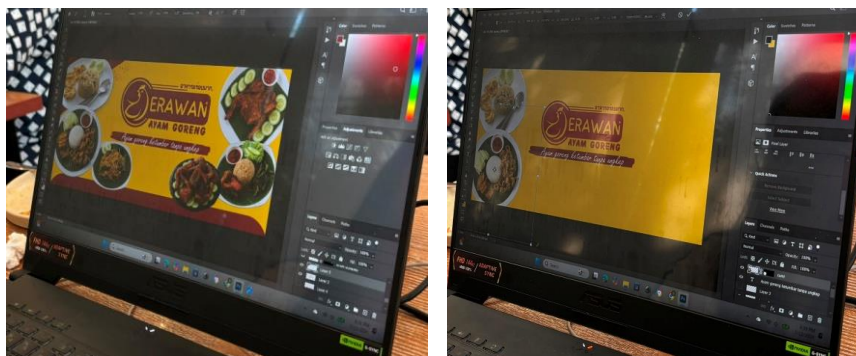
3.3 Proses Pendampingan Desain

Proses pendampingan diawali dengan diskusi langsung bersama pemilik usaha untuk memastikan kebutuhan dan preferensi desain telah dipahami dengan tepat oleh tim pengabdian, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Diskusi tim pengabdian dengan pemilik UMKM mengenai kebutuhan desain spanduk

Selanjutnya, tim pengabdian melakukan proses pembuatan desain spanduk menggunakan aplikasi Adobe Photoshop dengan memperhatikan pemilihan warna, tata letak, dan tipografi, sebagaimana didokumentasikan pada Gambar 4. Proses ini dilakukan secara bertahap dan melibatkan beberapa kali diskusi lanjutan bersama pemilik usaha.



Gambar 4. Proses pembuatan desain spanduk UMKM Ayam Goreng Erawan

Setelah desain awal selesai, dilakukan proses evaluasi dan revisi berdasarkan masukan pemilik usaha hingga diperoleh hasil akhir yang disetujui, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil akhir desain spanduk yang telah disetujui oleh pemilik usaha

3.4 Hasil Desain Akhir (After)

Hasil akhir kegiatan pendampingan berupa desain spanduk baru bagi UMKM Ayam Goreng Erawan yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pemilik usaha, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 6. Desain yang dihasilkan mengusung konsep yang lebih menarik, informatif, dan profesional dengan penggunaan kombinasi warna merah dan kuning yang mencolok, penonjolan nama usaha, penampilan menu unggulan, serta pencantuman alamat usaha tanpa nomor kontak sesuai permintaan mitra.



Gambar 6. Desain akhir spanduk UMKM Ayam Goreng Erawan hasil kegiatan pendampingan

3.5 Perbandingan Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Perbandingan kondisi media promosi UMKM Ayam Goreng Erawan sebelum dan sesudah kegiatan pendampingan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
Media promosi masih menggunakan desain yang sederhana.	Desain spanduk memiliki tampilan yang lebih modern dan profesional.
Informasi yang disampaikan masih terbatas.	Informasi usaha ditampilkan dengan lebih lengkap dan jelas.
Identitas visual usaha belum terlihat secara optimal.	Identitas visual usaha menjadi lebih kuat dan mudah dikenali pelanggan.
Tampilan media promosi kurang menarik perhatian pelanggan.	Tampilan media promosi lebih menarik dan mampu meningkatkan daya tarik pelanggan.

Perubahan yang dilakukan dalam proses pendampingan meliputi pembaruan tata letak desain, penggunaan kombinasi warna yang lebih menarik, serta penambahan gambar menu unggulan sebagai media pendukung promosi. Perubahan tersebut sejalan dengan temuan bahwa penggunaan logo dan banner sebagai strategi visual mampu meningkatkan daya tarik serta kesadaran merek pelaku usaha mikro di kalangan konsumen.

3.6 Tanggapan Pemilik UMKM

Berdasarkan hasil evaluasi setelah kegiatan pendampingan selesai dilaksanakan, pemilik UMKM Ayam Goreng Erawan menyampaikan bahwa desain spanduk yang baru memiliki tampilan yang lebih menarik, modern, dan sesuai dengan karakteristik usaha yang dijalankan. Pemilik usaha menilai bahwa penggunaan warna, tata letak, serta penambahan elemen visual pada desain memberikan kesan yang lebih profesional dibandingkan media promosi sebelumnya, dan dapat membantu mempermudah penyampaian informasi menu kepada pelanggan. Pemilik usaha juga menyatakan kepuasannya karena hasil desain telah disesuaikan dengan kebutuhan dan harapan yang disampaikan pada tahap wawancara dan diskusi awal.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian berupa pendampingan pembuatan desain spanduk pada UMKM Ayam Goreng Erawan telah berhasil dilaksanakan melalui tahapan observasi, wawancara, penentuan konsep, pembuatan desain, serta evaluasi dan revisi bersama mitra. Desain spanduk baru yang dihasilkan mampu menampilkan identitas usaha secara lebih jelas melalui penonjolan nama usaha, penggunaan kombinasi warna merah dan kuning sesuai preferensi mitra, pencantuman menu unggulan, serta informasi alamat usaha tanpa nomor kontak sebagaimana diminta pemilik.

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kualitas media promosi UMKM Ayam Goreng Erawan dari segi tampilan visual, kelengkapan informasi, dan kekuatan identitas merek dibandingkan kondisi sebelum pendampingan. Pemilik usaha juga menyatakan kepuasan terhadap hasil akhir desain yang dinilai lebih profesional dan sesuai dengan karakteristik usaha kuliner yang dijalankan. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendampingan desain visual yang dilakukan secara partisipatif dapat menjadi solusi praktis bagi UMKM berskala mikro dalam memperkuat identitas usaha dan meningkatkan daya tarik promosi di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin berkembang.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar UMKM Ayam Goreng Erawan mempertimbangkan pengembangan media promosi tambahan berbasis digital, seperti media sosial, agar jangkauan promosi tidak hanya terbatas pada media cetak berupa spanduk.

DAFTAR PUSTAKA

- Prayogo, D., Setyawan, T. A., & Nugroho, R. (2023). Pengaruh branding terhadap kesadaran merek dan minat beli konsumen pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 15(2), 113–127.
- Republik Indonesia. (2012). Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158*.
- Risyda, P. A., Bintang, A., Siregar, S. M., Idris, M., & Syam, S. (2026). Strategi digitalisasi UMKM melalui rebranding dan optimalisasi media digital dalam meningkatkan daya saing. *Journal of Innovative and Creativity*, 6(1), 9855–9861.
- Timothy, Y. B. V., & Dermawan, R. (2023). Penggunaan banner untuk peningkatan kesadaran merek pada UMKM Bakoel Kue Medokan Ayu Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 1893–1897. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2601>
- Wibowo, A., & Sutrisno, D. (2021). Pengaruh teknologi desain terhadap pengembangan UMKM di era digital. *Pustaka Inovasi*.