

---

## PROMOSI UMKM BERBASIS BANNER DI DESA PAGEDANGAN ILIR DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM DAN HUKUM ISLAM

Sutrisno<sup>1</sup>, Sulfarid<sup>2</sup>, Restu Fatahillah<sup>3</sup>, Muhammad Miftahul Izzi<sup>4</sup>, Agni Aliya Noerkholis<sup>5</sup>

Institut Daarul Qur'an Jakarta

Email: [journeytrisna@gmail.com](mailto:journeytrisna@gmail.com)

### ABSTRAK

Usaha kecil, menengah, dan mikro (UMKM) memainkan peran penting dalam mendorong perekonomian daerah, terutama di daerah pedesaan. Namun, strategi promosi dan pemasaran yang terbatas masih menjadi kendala utama yang memengaruhi daya saing UMKM. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan promosi berbasis banner untuk UMKM dari perspektif bisnis Islam dan hukum Islam melalui kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Pagedangan Ilir. Metode yang digunakan meliputi observasi, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang melibatkan langsung pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan banner sebagai alat promosi sederhana dapat meningkatkan visibilitas usaha, memperjelas identitas UMKM, dan menarik perhatian masyarakat setempat. Dari perspektif bisnis Islam, promosi melalui banner mencerminkan nilai-nilai Islam seperti kejujuran (*shidq*), transparansi dan kepercayaan dalam penyampaian informasi. Dari perspektif hukum Islam, praktik promosi ini tidak mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*), penyembunyian (*tadlis*), riba (bunga), atau perjudian (*maysir*), sehingga menjadi bentuk transaksi bisnis Islam yang diperbolehkan. Oleh karena itu, promosi berbasis banner untuk UMKM tidak hanya efektif secara ekonomi tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip bisnis Islam dan hukum Islam, serta berpotensi mendukung keberlanjutan dan kemakmuran UMKM di Desa Pagedangan Ilir.

**Kata Kunci:** UMKM, Perspektif Bisnis Islam, Hukum Islam

### ABSTRACT

*Small businesses, medium enterprises, and micro-enterprises (UMKM) play an important role in boosting the local economy, especially in rural areas. However, limited strategies in promotion and marketing remain a major obstacle that affects the competitiveness of UMKM. This article aims to analyze the use of banner-based promotion for UMKM from the perspectives of Islamic business and Islamic law through community service activities in Pagedangan Ilir Village. The methods used include observation, planning, implementation, and evaluation involving UMKM operators directly. The results showed that using banners as a simple promotional tool can increase the visibility of business, clarify the identity of UMKM, and attract the attention of local communities. From an Islamic business perspective, promoting through banners reflects Islamic values such as honesty (*shidq*), transparency, and trustworthiness in delivering information. From the Islamic law perspective, this promotional practice does not involve elements of uncertainty (*gharar*), concealment (*tadlis*), interest (*riba*), or gambling (*maysir*), making it a permissible form of Islamic business transaction. Therefore, banner-based promotion for UMKM is not only effective economically but also aligns with Islamic business and Islamic law principles, and has potential to support the sustainability and prosperity of UMKM in Pagedangan Ilir Village.*

**Keywords:** *UMKM, Islamic Business Perspective, Islamic Law*

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam perkembangan ekonomi negara dan penguatan perekonomian lokal, terutama di daerah pedesaan. UMKM tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga memacu pertumbuhan ekonomi dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Dalam situasi persaingan bisnis yang semakin ketat, usaha mikro, kecil, dan menengah perlu mengaplikasikan metode promosi dan pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan daya tarik, memperluas pasar, serta memperkuat kemampuan bersaing usaha tersebut. Di Desa Pagedangan Ilir, UMKM beroperasi di berbagai sektor, walaupun umumnya berukuran kecil dan menghadapi kendala dalam mengakses sumber daya. Salah satu tantangan signifikan yang dihadapi pengusaha UMKM adalah kurangnya strategi promosi dan pemasaran yang efektif yang berdampak pada daya saing mereka di pasar.

Dalam konteks ini, penggunaan media promosi yang sederhana, ekonomis, dan mudah diakses, seperti banner, menjadi pilihan utama. Dalam pemasaran modern, banner berfungsi sebagai alat komunikasi untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian secara visual (Kotler et al., 2021). Banner memungkinkan penyampaian pesan promosi secara langsung kepada masyarakat sekitar. Khusus bagi UMKM yang menerapkan prinsip syariah, banner tidak hanya sebagai alat promosi tetapi juga sebagai sarana untuk membangun identitas usaha yang mencerminkan nilai-nilai Islam. Prinsip bisnis Islam menekankan pentingnya kejujuran, tanggung jawab, dan keamanan dalam kegiatan pemasaran, guna menciptakan hubungan kepercayaan antara pengusaha dan konsumen (Antonio, 2021).

Dari sudut pandang bisnis Islam dan hukum Islam, promosi harus dilakukan dengan cara jujur, terbuka, dan mengikuti etika dalam berbisnis. Promosi tidak boleh menciptakan kesan tipu muslihat, tidak jelas, atau memberi informasi yang bisa menyesatkan konsumen. Karena itu, promosi UMKM melalui banner harus disesuaikan dengan nilai-nilai syariah agar bisa meningkatkan keuntungan bisnis sekaligus menjaga kepercayaan dan keberkahan dalam berdagang.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, para peserta pengabdian masyarakat turut serta dalam membantu para pelaku UMKM di Desa Pagedangan Ilir dengan membuat dan memasang banner yang berisi informasi jelas serta sesuai dengan prinsip bisnis Islam dan hukum Islam. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan promosi UMKM sekaligus memberikan pemahaman bahwa promosi yang etis, jujur dan bertanggung jawab sangat penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi desa.

## **METODE PENELITIAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Pagedangan Ilir dengan fokus pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Metode pelaksanaan kegiatan meliputi observasi, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam tahap observasi, peserta pengabdian masyarakat melakukan kunjungan langsung dan wawancara singkat untuk mengetahui kondisi promosi UMKM, yang menunjukkan bahwa sebagian besar belum memiliki banner atau menggunakan banner yang kurang informatif. Selanjutnya, peserta pengabdian masyarakat bersama pelaku UMKM merencanakan pembuatan banner dengan menentukan desain dan informasi usaha yang akan ditampilkan,

seperti nama usaha, jenis produk, dan kontak, dengan tetap memperhatikan nilai kejujuran dan kejelasan informasi sesuai prinsip syariah. Banner kemudian dibuat dan dipasang di lokasi usaha yang strategis, disertai penjelasan singkat kepada pelaku UMKM mengenai fungsi banner sebagai media promosi. Tahap evaluasi dilakukan dengan melihat respons pelaku UMKM dan masyarakat sekitar terhadap keberadaan banner sebagai upaya meningkatkan visibilitas usaha.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Pagedangan Ilir dengan fokus pada penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui promosi berbasis banner. Tujuan dari program kerja ini adalah meningkatkan visibilitas dan identitas usaha UMKM serta mendorong penerapan etika promosi yang sesuai dengan prinsip bisnis Islam dan hukum Islam. Pelaksanaan program ini memberikan dampak positif terhadap pelaku UMKM, baik secara ekonomi, sosial, maupun dalam peningkatan pemahaman mengenai pentingnya promosi yang jujur dan bertanggung jawab. Berikut ini adalah hasil dan pembahasan terkait pelaksanaan program kerja tersebut.

### KONDISI PROMOSI UMKM BERBASIS BANNER DI DESA PAGEDANGAN ILIR

Program pengembangan UMKM dipilih berdasarkan hasil observasi dan identifikasi permasalahan UMKM yang ada di Desa Pagedangan Ilir, yang telah disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha. Masih banyak pemilik usaha yang belum memanfaatkan media promosi secara optimal. Hanya sedikit dari semua pemilik UMKM yang sudah memiliki pengetahuan tentang bagaimana cara meningkatkan daya beli masyarakat, membuat dagangan mereka menjadi lebih menarik dan inovatif. Program pengembangan UMKM dilakukan dengan memfokuskan pada pengenalan dan peningkatan pengetahuan pelaku UMKM mengenai inovasi, peningkatan kualitas produk, *packaging*, dan optimalisasi penerapan pemasaran yang lebih modern secara digital.

Digitalisasi UMKM melibatkan penerapan teknologi digitalisasi, yang berguna untuk memperluas jangkauan pasar, *e-commers*, meningkatkan angka penjualan, media sosial dan banner sebagai media promosi. Penerapan teknologi digital dalam pembuatan banner dan media promosi oleh UMKM di Desa Pagedangan Ilir menunjukkan dampak yang positif dalam meningkatkan efektivitas pemasaran. Hal itu disampaikan oleh beberapa pedagang UMKM ketika wawancara, seperti Warung makan Mak Eroh, Kedai Seblak Teh Ida, dan Kedai Bu Dzaki. Para pedagang merasa terbantu dengan adanya pembuatan banner, mereka menuturkan adanya peningkatan pendapatan yang signifikan setiap hari.

Dalam pembuatan banner sebagai media promosi, biasanya memuat kelengkapan informasi seperti nama usaha, jenis produk hingga nomor telepon pelaku usaha. Selain itu penggunaan banner sebagai media promosi haruslah dibuat dengan didasari sifat jujur dan terbuka, serta tidak melebih-lebihkan kenyataan yang ada. Hal itu sejalan dengan prinsip bisnis syariah yang mana harus selalu diperhatikan oleh setiap umat muslim. Dengan menggunakan prinsip bisnis syariah, maka kita akan terhindar dari praktik-praktik yang dilarang oleh agama yang dapat merugikan konsumen, seperti ketidakjelasan informasi (*gharar*), *riba*, maupun *maysir*.

## PERENCANAAN PROMOSI UMKM BERBASIS BANNER DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM

Kegiatan pendampingan UMKM ini merupakan kegiatan yang dilakukan dengan memberikan sosialisasi digital marketing kepada pelaku UMKM di Desa Pagedangan Ilir. Pembuatan banner bertujuan agar konsumen yang ingin membeli suatu produk UMKM dapat mengetahui lokasi atau tempat produksinya. Perencanaan promosi UMKM berbasis banner dalam perspektif ekonomi bisnis islam merupakan suatu upaya untuk menyampaikan informasi produk kepada konsumen secara jujur, transparan, beretika serta mempunyai nilai-nilai syari'at islam.

Dalam tahap perencanaan, informasi yang ditampilkan dalam pembuatan banner haruslah mengandung prinsip kejujuran (*shidq*) dan keterbukaan (transparansi). Setiap informasi tentang produk, seperti nama produk, jenis, kualitas, harga, batas kadaluarsa, kandungan serta ketentuan transaksi harus disusun secara jelas dan tidak menyesatkan. Hal ini sejalan dengan ajaran agama islam yang mengharamkan adanya unsur *gharar* (ketidakpastian) dan *tadlis* (penipuan) dalam setiap kegiatan transaksi jual beli, sehingga konsumen dapat mengambil keputusan transaksi secara sadar, adil dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Dalam tahap perencanaan, pembuatan banner UMKM harus memperhatikan etika komunikasi bisnis Islam. Penggunaan kata-kata promosi tidak diperbolehkan mengandung unsur berlebihan, manipulatif, atau klaim sepihak yang tidak dapat dipertanggungjawabkan. Visual produk yang ditampilkan juga harus disesuaikan dengan kondisi nyata barang yang ditawarkan agar tidak menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Selain itu, dalam perencanaan pembuatan banner selain memperhatikan aspek informatif, juga dapat digunakan untuk sarana dakwah etika bisnis islam. Didalamnya harus mengandung nilai kejujuran, keadilan, amanah, sehingga dapat memberikan keberkahan.

Secara keseluruhan, perencanaan promosi UMKM berbasis banner menurut perspektif bisnis islam harus menempatkan nilai-nilai syari'ah sebagai landasan utama. Banner yang disusun secara jujur dan transparan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, menjaga keberlangsungan usaha serta menjadikan bisnis UMKM sebagai bagian dari ibadah dan dakwah yang membawa manfaat serta keberkahan bagi semua pihak.



Gambar 1. penyerahan banner kepada mitra UMKM di Desa Pagedangan Ilir, kecamatan Kronjo, Kabupaten Tangerang

## **PELAKSANAAN PEMBUATAN DAN PEMASANGAN BANNER UMKM**

Pelaksanaan pembuatan dan pemasangan banner UMKM di Desa Pagedangan Ilir dilakukan sebagai bagian dari program penguatan promosi usaha dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki media promosi visual yang memadai, sehingga usaha mereka kurang dikenal oleh masyarakat sekitar. Oleh karena itu, banner dipilih sebagai media promosi yang sederhana, ekonomis, dan mudah diaplikasikan oleh pelaku UMKM. Proses pembuatan banner diawali dengan perencanaan desain yang sederhana dan mudah dibaca. Desain banner difokuskan pada penyampaian informasi utama usaha, seperti nama usaha, jenis produk, serta kontak pelaku UMKM. Informasi yang dicantumkan disesuaikan dengan kondisi usaha yang sebenarnya tanpa adanya unsur melebih-lebihkan, sehingga mencerminkan prinsip kejujuran (*shidq*) dan keterbukaan (transparansi) dalam bisnis Islam. Selanjutnya, penentuan lokasi pemasangan banner dilakukan secara strategis, yaitu di depan tempat usaha atau di titik yang mudah terlihat oleh masyarakat dan pengguna jalan. Lokasi yang tepat terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha dan memudahkan konsumen dalam mengenali serta menemukan lokasi UMKM. Pelaku usaha menyampaikan bahwa setelah pemasangan banner, usaha mereka menjadi lebih dikenal dan mudah diingat oleh pelanggan.

Selain pemasangan banner, peserta pengabdian masyarakat juga memberikan edukasi singkat kepada pelaku UMKM mengenai fungsi banner sebagai media promosi jangka panjang. Edukasi ini menekankan pentingnya konsistensi antara informasi promosi dan praktik usaha sehari-hari. Penanaman prinsip amanah dilakukan agar pelaku UMKM tidak hanya memanfaatkan banner sebagai alat menarik konsumen, tetapi juga sebagai komitmen untuk menjaga kualitas produk dan pelayanan sesuai dengan yang dipromosikan.

Dengan demikian, pelaksanaan pembuatan dan pemasangan banner tidak hanya berorientasi pada aspek pemasaran, tetapi juga menjadi sarana internalisasi nilai-nilai bisnis Islam, khususnya kejujuran, amanah dan tanggung jawab dalam menjalankan usaha.

## **EVALUASI DAMPAK PROMOSI UMKM BERBASIS BANNER DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**

Evaluasi dampak promosi UMKM berbasis banner dilakukan dengan mengamati respons pelaku UMKM dan masyarakat setelah banner dipasang. Berdasarkan hasil wawancara singkat, pelaku UMKM menyatakan adanya perubahan positif, terutama dalam peningkatan perhatian masyarakat terhadap usaha mereka. Banner membantu memperjelas identitas usaha dan memberikan kesan profesional, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen. Dari sisi visibilitas, banner terbukti mampu memperkuat identitas usaha UMKM yang sebelumnya kurang dikenal. Konsumen menjadi lebih mudah mengenali jenis produk yang dijual serta lokasi usaha. Beberapa pelaku UMKM bahkan menyampaikan adanya peningkatan jumlah pembeli setelah pemasangan banner, yang menunjukkan bahwa media promosi ini efektif dalam menarik minat masyarakat sekitar.

Tanggapan masyarakat terhadap keberadaan banner umumnya bersifat positif. Konsumen menilai informasi yang disampaikan jelas dan membantu mereka dalam mengambil keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa banner yang dirancang dengan informasi yang benar dan sesuai kenyataan mampu menciptakan hubungan yang

lebih adil antara penjual dan pembeli. Ditinjau dari perspektif hukum Islam, promosi UMKM berbasis banner yang dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini telah sesuai dengan prinsip muamalah Islam. Informasi yang ditampilkan tidak mengandung unsur penipuan (*tadlis*), ketidakjelasan (*gharar*), maupun informasi yang merugikan konsumen. Banner digunakan sebagai sarana penyampaian informasi, bukan sebagai alat manipulasi atau klaim sepihak yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Dengan demikian, evaluasi menunjukkan bahwa promosi UMKM berbasis banner tidak hanya memberikan dampak positif secara ekonomi dan sosial, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai hukum Islam. Praktik promosi yang jujur, transparan, dan amanah ini dapat dikategorikan sebagai bentuk muamalah yang diperbolehkan dan membawa keberkahan bagi pelaku usaha maupun konsumen.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, Kesimpulan dari pengabdian masyarakat ini adalah program yang telah dijalankan yaitu promosi UMKM berbasis banner di Desa Pagedangan Ilir memberikan manfaat nyata bagi pelaku usaha mikro dalam meningkatkan pengenalan produk dan daya saing usaha di lingkungan masyarakat desa. Banner sebagai media promosi sederhana terbukti efektif, mudah digunakan, dan sesuai dengan kondisi serta kemampuan UMKM setempat.

Ditinjau dari perspektif bisnis Islam, promosi melalui banner telah mencerminkan nilai-nilai syariah, seperti kejujuran, transparansi dan amanah dalam penyampaian informasi produk kepada konsumen. Informasi yang ditampilkan tidak mengandung unsur penipuan, berlebihan, maupun manipulasi, sehingga mampu menjaga kepercayaan konsumen dan keberkahan usaha.

Sementara itu, dari sudut pandang hukum Islam, penggunaan banner sebagai media promosi diperbolehkan selama tidak melanggar ketentuan syariah, seperti menghindari unsur *gharar*, *riba* dan *maysir*, serta tidak menampilkan konten yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Kegiatan promosi yang dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini telah memenuhi prinsip-prinsip tersebut dan dapat dikategorikan sebagai bentuk muamalah yang sah dan bermanfaat.

Dengan demikian, Program ini diharapkan mampu mendukung keberlanjutan UMKM di Desa Pagedangan Ilir serta meningkatkan kesadaran pelaku usaha untuk menjalankan aktivitas bisnis yang halal, adil dan bertanggung jawab.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Alhamdulillah, pengabdian masyarakat 2025 dapat berjalan dengan baik dan sesuai tujuan. Hal ini tentunya tidak lepas dari izin Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan keterampilan kepada penulis serta semua pihak yang telah berkontribusi pada program pengabdian masyarakat ini. Kami mengucapkan terima kasih kepada pemerintah desa, masyarakat setempat, serta seluruh pihak yang telah menyambut dan membantu kami sehingga program ini dapat terlaksana, baik secara moral maupun material. Kritik dan saran dari berbagai pihak akan sangat membantu kami dalam menyempurnakan program serupa di masa mendatang. Semoga hasil dari program ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi Desa Pagedangan Ilir.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. (2021). *Manajemen Bisnis Syariah Kontemporer*. Jakarta: Tazkia Publishing.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*.
- Kurniawan, D., Putri, N. A., Novitasari, S., Hawa'Octaviani, S., Billah, M. T., & Zawawi, Z.(2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing dan Legalitas Usaha UMKM untuk Meningkatkan Mengembangkan UMKM Desa Banjaragung Kecamatan Bareng Jombang Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 2(2), 102-112.
- Luhfita Sari Ratna, G. L. (2025). Optimalisasi Promosi UMKM Sepinggian Baru Melalui Pemasangan Banner KKN. *Jurnal Pengabdian Sosial dan Kemanusiaan*.
- Mariska Chita Fitriana, S. H. (2025). Optimalisasi Pemasaran UMKM Melalui Pembuatan Media Promosi Banner di Desa Jawilan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*.
- Mulyono, R., Rejokirono, R., Maryono, M., Purbonuswanto, W., Djufri, E.,Prasetyaningtyas,
- S. W., ... & Irmayanto, D. (2024, September). Rebranding media promosi UMKM melalui pembuatan banner dan pemanfaatan Google Maps untuk menarik minat pelanggan. In *AMONG: Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, pp. 11-18).
- Ulfana, K. (2022). Analisis Strategi Promosi Digital Melalui Media Sosial Pada Kedai Kopi Sayang Di Kabupaten Purbalingga Perspektif Marketing Syariah. *Skripsi UIN PROF. KH SAIFUDDIN ZUHRI Purwokerto*.
- Yerrica Betrin Varian Timothy, R. D. (2024). Penggunaan Banner untuk Peningkatan Kesadaran Merek Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*