

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan merupakan sebuah kegiatan bisnis dalam mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dimana Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu kegiatan bisnis yang terlibat dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM dalam pengertian Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah usaha produktif milik perseorangan dan/atau badan ekonomi perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam undang-undang (Setiyani, Yuliyanti & Rahmadanik, 2022). Sudartrono, Nugroho, Irwanto, dkk. (2022, hlm. 20) menyatakan bahwa UMKM adalah jenis usaha yang tahan terhadap guncangan. Hal ini diperkuat oleh data dari BPS yang menunjukkan UMKM menguasai 99,9% badan usaha yang hidup pada era krisis moneter pada tahun 1997 hingga 1997.

Salah satu komunitas yang mewadahi dan merangkul UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi UMKM adalah Pokdarwis Medang. Pokdarwis Medang berada di kelurahan Medang, Tangerang yang membawahi beberapa UMKM salah satunya adalah kopi basement. Kopi basement merupakan UMKM yang bergerak di bidang F&B yang menjual berbagai jenis minuman *coffee* maupun *non-coffee* yang memiliki harga yang terjangkau 8-12k. Nama “Kopi Basement” sendiri terbentuk karena lokasi awalnya yang berada di sebuah ruko semi-basement. Kopi basement mulai berdiri pada tahun 2017 di gedung Victoria Blok M oleh Nuri Nurzikri. Selain menjual minuman, kopi basement juga menjual beberapa makanan ringan seperti dimsum, dan juga roti serta kopi bubuk yang dikemas sehingga para masyarakat sekitar yang ingin mengolah sendiri bisa menikmatinya juga.

Setelah melakukan observasi langsung ke kopi basement, penulis melakukan wawancara dan riset lebih mendalam terhadap masalah dan hambatan

yang dihadapi. Masalah yang dihadapi adalah kurangnya modal sehingga membuat promosi dan desain pada media-media yang ada belum maksimal. Hal ini juga membuat kopi basement sempat vakum saat pandemi covid. Secara desain, kopi basement sudah memiliki logo dan warna yang didominasi oleh warna hitam. Namun tidak ada konsistensi yang terdapat pada semua media yang ada, yaitu logo yang terlihat minimalis dan modern namun desain yang terdapat pada buku menu tidak menerapkan gaya desain seperti itu. Hal tersebut juga terjadi pada *typeface* pada setiap media desain yang ada. Hal tersebut juga terjadi kepada beberapa UMKM lainnya yaitu Chick N Pepper dan Fayaz Craft, dimana ketiga UMKM tersebut menghadapi masalah yang serupa yaitu kurang kuatnya identitas visual dari setiap brand. Riandra & Islam (2021) menyatakan bahwa identitas visual adalah identitas merek yang akan diingat oleh konsumen. Identitas visual memiliki arti yang membuat produk atau perusahaan lebih mudah diingat dan dikenali. Adanya ketidaksetaraan identitas visual pada ketiga brand UMKM tersebut membuat tidak adanya konsistensi pada semua platform *online* maupun *offline* sehingga membuat segala strategi pemasaran menjadi kurang efektif yang membuat tidak adanya peningkatan penjualan pada UMKM tersebut.

Pentingnya identitas visual pada sebuah brand adalah sebagai pembeda sekaligus keunikan pada setiap UMKM yang ada. Brand Identity akan memperkuat perbedaan dan membuat gagasan besar sehingga memiliki pesan yang mudah tersampaikan melalui bentuk logo, warna, elemen grafis, serta *typeface* yang serasi dan terintegrasi dengan baik serta digunakan secara konsisten dalam penerapannya (Wheeler, 2013, hlm.4). Untuk menjadi lebih unggul daripada UMKM lainnya, kopi basement, harus menciptakan keunikan tersendiri dan juga citra merek yang positif. Wyoprasojo (2021) menyatakan bahwa identitas visual sebuah merek juga berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan visi dan misi perusahaan. Selain itu, identitas visual harus menunjukkan emosi yang melekat pada perusahaan. Dengan demikian, suatu opsi solusi yang bisa diajukan adalah perancangan ulang identitas visual UMKM di sekitar kelurahan medang sebagai fokus dalam penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Rumusan masalah dalam perancangan ini adalah “Bagaimana Perancangan Ulang Logo UMKM Kopi Basement Pokdarwis Desa Medang?”

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

1.3.1. Segmentasi UMKM Kopi Basement

1.3.1.1. Segmentasi Geografis

- a. Kota/Kabupaten : Tangerang
- b. Provinsi : Banten

1.3.1.2. Segmentasi Demografis

- a. Usia : 17—35 Tahun
- b. Jenis Kelamin : Perempuan dan Laki-laki
- c. Tingkat Pendidikan : SMA — S1
- d. Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa / Pekerja
- e. Kelas Ekonomi : SES B+—B-
- f. Status Pernikahan : Belum Menikah
- g. Agama : Semua agama
- h. Suku : Semua suku
- i. Bahasa yang Digunakan : Bahasa Indonesia

1.3.1.3. Segmentasi Psikografis

- a. Sikap/Attitude : Santai, Praktis, Ramah
- b. Gaya Hidup : Sederhana, suka nongkrong, penikmat kopi
- c. Hobi : Minum kopi, eksplorasi tempat kopi

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Maksud dan Tujuan dari pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan sarjana kuliah Universitas Multimedia Nusantara. Cluster proyek desa merupakan salah satu MBKM yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa semester 6 dengan 800 jam kerja atau setara dengan 20-21 minggu dalam 1 semester.
2. Menerapkan ilmu yang didapat saat menganalisis strategi dalam mengembangkan identitas merek, strategi marketing dan informasi pada UMKM di desa.

3. Mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana pengembangan identitas merek dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dan kinerja bisnis UMKM di lingkungan desa.
4. Mahasiswa meningkatkan kemampuan hard skills (keterampilan, complex problem solving, analytical skills, dsb) dan kemampuan soft skills (etika profesi/kerja, komunikasi, kerjasama, dsb) sesuai dengan bidang keahlian mahasiswa.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Menjelaskan tujuan yang lebih luas dari adanya hasil program MBKM Proyek Desa ini. Manfaat bisa berdampak

1. Bagi Penulis.
Menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan pada saat merancang ulang identitas visual brand pada UMKM Kopi Basement, Chick N Pepper, dan Fayaz Craft dan pelajaran secara umum mengenai desain selama masa perkuliahan
2. Bagi Orang Lain.
Dapat membantu para pebisnis UMKM untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan penjualan dan sebagai sumber pengetahuan kepada orang lain mengenai pentingnya perancangan identitas visual pada perkembangan UMKM.
3. Bagi Universitas.
Dapat menjadi arsip dan referensi akademik bagi universitas dan mahasiswa yang akan melaksanakan perancangan laporan MBKM proyek desa yang akan datang.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

MBKM Cluster Proyek Desa merupakan program studi DKV bersama LPPM UMN yang berbobot 20 SKS, atau setara dengan 800 jam kerja, atau 20-21 minggu dalam 1 semester. Program ini dimulai dengan tahap sosialisasi pada tanggal 13 November 2023 beserta seluruh peserta MBKM. Lalu dilanjutkan dengan tahap registrasi ke website merdeka.umn.ac.id untuk mengaktifkan akun

pada website merdeka. Setelah mendapatkan akun, akan dilanjutkan dengan mendownload MBKM 01 berupa *cover letter* / surat pengantar MBKM lalu dilanjutkan dengan tahap *complete registration* untuk mendapatkan form MBKM 02. Tahap tersebut berlangsung dari tanggal 11 Desember 2023 - 16 Januari 2024, lalu dilanjutkan dengan KRS semester genap yang jatuh pada tanggal 18-19 Januari 2024. Pada tanggal 22 Januari 2024, dilaksanakan briefing online pelaksanaan MBKM genap 2023/2024 secara *online* melalui zoom meeting yang diikuti oleh seluruh peserta MBKM untuk membahas lebih lanjut mengenai program tersebut.

Program Cluster MBKM Proyek desa dimulai dari tanggal 29 Januari 2024 dengan jam kerja selama 9 jam per 1 hari selama *weekdays*. Untuk melengkapi jam kerja yang maksimal, para peserta MBKM Proyek Desa harus mengisi *supervisor daily task* setiap hari agar dapat mengejar minimal jam kerja yaitu 640 jam. Selain itu, para peserta MBKM juga harus mengadakan bimbingan dengan dosen internal sebanyak minimal 8x selama 1 semester dengan minimal jam kerja 207 jam. Evaluasi 1 Cluster MBKM akan dilaksanakan dari tanggal 18-26 Maret 2024 dan akan dilanjutkan dengan Evaluasi 2 Cluster MBKM pada tanggal 27-31 Mei 2023. Lalu, akan diadakan pendaftaran sidang akhir Cluster MBKM pada tanggal 7 Juni 2024, dan peserta akan melakukan sidang akhir cluster MBKM serentak pada tanggal 12-14 Juni. Laporan final cluster MBKM akan dikumpulkan pada tanggal 18-21 Juni setelah sidang akhir selesai dilakukan.