

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa**

Legok merupakan salah satu desa yang ada di Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Desa Legok sendiri memiliki jumlah penduduk dengan total 13.489 jiwa. Sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai pekerja swasta, buruh dan wiraswasta, dengan pendapatan rata-rata sebesar Upah Minimum Regional (UMR) Kabupaten Tangerang. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan bersama Nadi, Kepala Seksi Pemerintah dan Kependudukan Desa Legok, didapatkan data bahwa mayoritas masyarakat Desa Legok memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang memiliki potensi sebagai sumber pemasukan ekonomi warga. UMKM yang beredar di Desa Legok didominasi oleh jenis usaha dalam bidang makanan dan minuman, seperti Cakein yang menjual kue tradisional dan Jamune Saras yang menjual minuman jamu. Namun sayangnya, pengembangan UMKM di Desa Legok masih sangat terbatas akibat kurangnya modal dan promosi sehingga pasarnya masih sempit, yaitu hanya berputar di antara masyarakat Desa Legok melalui strategi *mouth to mouth*. Pemerintah Desa Legok mengharapkan ekonomi masyarakat desa bisa ditingkatkan dengan menonjolkan produk-produk UMKM dan memperluas pasarnya dengan cara yang kreatif dan terus berinovasi.

Cakein merupakan salah satu UMKM yang berada di Desa Legok dan berkembang di bidang makanan dalam kategori kue tradisional. Maria Harrys Ujianty, sebagai pemilik usaha ini, membangun merek Cakein sejak tahun 2020 pada masa awal Covid-19 untuk menambah penghasilan akibat turunnya ekonomi keluarga. Sebelum nama Cakein muncul, Maria berjualan dengan merek Abi Bakery, yang terinspirasi dari nama anaknya sendiri. Awalnya Maria hanya menjual satu produk yaitu roti kopi yang terinspirasi dari merek Roti Boy. Namun seiring berjalannya waktu, Maria berinovasi dan mengembangkan produknya

menjadi bolu dan kue. Karena adanya perubahan produk tersebut, Maria mendapat masukan dari anaknya untuk mengubah merek Abi Bakery menjadi Cakein, dengan alasan lebih menggambarkan produk yang dijual dengan jelas dan mudah diingat. Saat ini, Cakein menjual berbagai jenis kue dan bolu seperti bolu pelangi, onde-onde, kue soes, dan wingko. Saat ini, produk Cakein dijual dengan cara dititipkan di lapak orang lain dan melalui pesanan dengan sistem *Pre-Order* (PO). Pada wawancara yang sudah dilakukan, Maria berharap agar Cakein bisa lebih dikenal oleh masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas. Namun dalam penjualannya, Cakein tidak memiliki kemasan khusus atau label merek sehingga produknya tidak memiliki perbedaan dengan produk kompetitor yang juga merupakan produksi rumahan. Sayangnya, hal inilah yang menyebabkan Cakein tidak memiliki *brand awareness* yang baik. Selain itu, dengan adanya keterbatasan penggunaan media digital juga menjadi faktor utama Cakein tidak pernah melakukan promosi atau kegiatan *marketing* di sosial media.

Oleh karena itu, maka penulis mengajukan perancangan identitas merek UMKM Cakein di Desa Legok. Perancangan ini dilakukan dengan membangun citra Cakein di masyarakat mulai dari membuat logo sebagai identitas merek, kemasan produk yang baru sebagai pembeda produk Cakein dengan produk lainnya, dan media activation lainnya yang bisa digunakan sebagai pendukung dalam penjualan produk Cakein seperti *booth* dan kebutuhan media lainnya untuk bazaar. Perancangan identitas merek ini dilakukan dengan harapan untuk memberi peluang pada Cakein dalam mengembangkan mereknya dan meningkatkan *brand awareness* Cakein di kalangan UMKM sejenis.

## **1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka didapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan pelaku UMKM Cakein mengenai pentingnya identitas merek pada perkembangan usahanya.

2. Kurangnya *brand awareness* Cakein ditengah target *market* karena belum adanya identitas merek yang baik dalam menjalankan usahanya.

Dari permasalahan diatas, maka penulis dapat mengajukan pertanyaan penelitian yaitu:

Bagaimana perancangan identitas merek UMKM Cakein di Desa Legok?

### 1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Untuk melakukan perancangan dan pembahasan yang terfokus, terarah, dan tidak luas cakupannya, maka ditetapkan batasan masalah sebagai berikut:

#### 1. Demografis

- a. Usia : 35-40 Tahun

Kelompok usia yang dipilih merupakan rata-rata usia pelanggan Cakein berdasarkan data yang diberikan dari Maria selaku pemilik UMKM.

- b. Jenis kelamin : Perempuan dan Laki-laki

- c. Pendidikan : SMA Sederajat

Kelompok pendidikan yang dipilih sesuai dengan rata-rata pendidikan dari masyarakat Kecamatan Legok.

- d. Pekerjaan : Ibu rumah tangga, Pekerja swasta

- e. Tingkat ekonomi : SES C

Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi Dan Informatika bersama Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2021, status ekonomi dan sosial dikelompokkan menjadi 4 jenis dari pengeluaran bulanan. SES C dipilih karena memiliki rentang pengeluaran antara Rp 2.000.001 – Rp 4.000.000.

- f. Pendapatan : ≤ Rp. 4.000.000

- g. Status pernikahan : Menikah dan memiliki anak

- h. *Family size* : 4-5 orang

## 2. Psikografis

### a. Gaya hidup

Ibu rumah tangga yang memiliki anak, memiliki minat dan hobi memasak, memiliki banyak teman dan suka berkumpul, produktif di pagi hari, menyukai jajanan tradisional, dan mengutamakan produk dengan harga terjangkau.

### b. Sikap

Hemat, *family oriented* (memprioritaskan keluarga), ramah dan *easy going*, dan suka bersosialisasi.

## 3. Geografis

### a. Primer : Desa Legok

Penulis menetapkan bahwa segmentasi primer secara geografis adalah di Desa Legok, dimana merupakan letak UMKM Cakein berada dan berkembang. Selain itu pelanggan Cakein juga berasal dari Desa Legok, tepatnya di sekitar Perumahan Legok Permai (Rumah Maria).

### b. Sekunder : Kabupaten Tangerang

Penulis menetapkan Kabupaten Tangerang sebagai segmentasi sekunder secara geografis untuk memperluas *brand awareness* Cakein dan jangkauan pasar. Sesuai dengan harapan Maria, yaitu agar Cakein bisa dikenal lebih banyak orang sebagai merek UMKM yang bisa bersaing dengan UMKM sejenis lainnya.

### 1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Perancangan identitas merek pada UMKM Cakein ini memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut:

1. Membantu Cakein di Desa Legok agar memiliki identitas merek dan diingat oleh banyak orang (*brand awareness*).

Tujuan perancangan ini adalah agar Cakein dapat lebih dikenal dan diingat oleh banyak orang sesuai citra mereknya dengan identitas yang baik.

2. Memperbaiki *brand awareness* Cakein menjadi lebih unggul dan bisa bersaing dengan UMKM lainnya.

Dengan adanya pembangunan identitas merek yang baik, Cakein bisa bersaing dan menonjol diantara produk sejenis milik kompetitor yang juga merupakan produksi rumahan.

3. Meningkatkan penjualan produk Cakein dan memperluas jangkauan pasar.

Kepercayaan *target market* akan meningkat dengan adanya identitas merek dan citra yang baik dari Cakein sehingga pasar yang dijangkau bisa bertambah.

4. Membantu pelaku UMKM Cakein dalam pelatihan penggunaan media digital.

Penggunaan teknologi media digital khususnya untuk sosial media dapat membantu pelaku UMKM Cakein dalam melakukan kegiatan *marketing* dan memperluas jangkauan pasar.

### **1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa**

Hasil dari perancangan yang dilakukan pada MBKM Proyek Desa ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi orang-orang yang terlibat dalam perancangan ini, yaitu antara lain:

1. Bagi Penulis, melalui perancangan ini penulis dapat menerapkan ilmu dan kemampuan yang didapat selama berkuliah pada kejadian yang nyata serta meningkatkan pengetahuan mengenai identitas merek. Selain itu, penulis bisa belajar untuk berpikir kritis dan meningkatkan kemampuan menyelesaikan masalah dengan solusi yang sesuai.
2. Bagi Orang Lain, penulis berharap bisa dapat membantu semua orang yang terlibat pada perancangan ini dalam memiliki pengetahuan akan identitas sebagai bentuk reputasi dari merek dan bisa merasakan

dampak positif yang diberikan penulis, khususnya dalam memperbaiki *brand awareness* pada UMKM Cakein di Desa Legok.

3. Bagi Universitas, perancangan ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi dan referensi bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

### 1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa berbobot 20 SKS yang setara dengan 20 minggu dalam 1 semester, atau setara dengan 640 jam kerja untuk *Supervisor Daily Task* dan 207 jam kerja untuk *Advisor Daily Task*. Paket mata kuliah yang termasuk ke dalam 20 SKS tersebut meliputi *Community Outreach Project Idea*, *Community Outreach (Stage 1)*, *Socio Entrepreneurship Development & Managing*, dan *Community Outreach (Stage 2)*.

<b>MBKM Cluster Proyek Desa</b>	<b>20 sks</b>
DDKV 1: <i>Community Outreach Project Idea</i>	: 3 sks
DDKV 2: <i>Community Outreach (Tahap 1)</i>	: 7 sks
DDKV 3: <i>Socio Entrepreneurship Development &amp; Managing</i>	: 7 sks
DDKV 4: <i>Community Outreach (Tahap 2)</i>	: 3 sks

Gambar 1.1 Tabel Paket Mata Kuliah MBKM Proyek Desa

Sumber: Buku Panduan Pelaksanaan Cluster MBKM Program Studi Desain Komunikasi Visual (2024)

Berikut merupakan kalender pemetaan 640 jam kerja yang berlangsung pada periode bulan Februari hingga Juni 2024.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 1.2 Kalender Pemetaan 640 Jam

Sumber: Buku Panduan Pelaksanaan Cluster MBKM Program Studi Desain Komunikasi Visual (2024)

Berikut alur tahapan pelaksanaan Cluster MBKM dalam empat tahapan yang akan dijalankan.



Gambar 1.3 Alur Pelaksanaan Cluster MBKM

Sumber: Buku Panduan Pelaksanaan Cluster MBKM Program Studi Desain Komunikasi Visua (2024)

Prosedur alur pendaftaran Cluster MBKM Proyek Desa dari awal yaitu tahap Sosialisasi Cluster MBKM hingga akhir yaitu Sidang Evaluasi 2 MBKM Cluster Proyek Desa akan dijabarkan melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1 Deskripsi Waktu Dan Prosedur MBKM Cluster Proyek Desa

No	Tanggal	Kegiatan	Deskripsi
----	---------	----------	-----------

1	25 Oktober – 17 November 2023	Pra KRS Genap	Mahasiswa memilih Cluster MBKM yang akan diambil pada Semester Genap 2023/2024 dengan melalui bimbingan dan persetujuan pembimbing akademik.
2	13 November 2023	Sosialisasi Besar Cluster MBKM	Sosialisasi mengenai penjelasan 5 Cluster MBKM oleh tim dosen Desain Komunikasi Visual.
3	22 - 29 November 2023	Persiapan Berkas Pendaftaran MBKM Cluster Proyek Desa	Mahasiswa mempersiapkan tim dan dokumen untuk melakukan pendaftaran Cluster MBKM melalui formulir <i>Onedrive</i> yang berupa <i>Curriculum Vitae (CV)</i> , transkrip nilai, dan <i>portfolio</i> .
4	29 November 2023	Batas pendaftaran MBKM Cluster Proyek Desa	Mahasiswa mengisi dan <i>submit</i> formulir <i>Onedrive</i> mengenai Cluster MBKM yang dipilih.
5	6 Desember 2023	Pengumuman penerimaan mahasiswa Cluster MBKM Semester Genap 2023/2024	Dosen PIC MBKM mengumumkan daftar nama mahasiswa sesuai dengan <i>cluster</i> yang terpilih kemudian memasukan mahasiswa ke dalam grup <i>Line</i> sesuai dengan Cluster MBKM.
6	11 Desember 2023	Registrasi mahasiswa ke <i>website</i> Merdeka	Mahasiswa yang sudah diterima dalam Cluster MBKM pilihan mendaftarkan diri ke <i>website</i> <a href="http://merdeka.umn.ac.id">merdeka.umn.ac.id</a> untuk mendapat dokumen Surat

			Pengantar MBKM (MBKM 01) dan Kartu MBKM (MBKM 02).
7	18 - 19 Januari 2024	KRS Genap 2023/2024	Mahasiswa memilih cluster sesuai dengan yang didaftarkan dan diterima sebelumnya.
8	22 Januari 2024	Briefing MBKM Cluster Proyek Desa	Tim dosen dan LPPM memberikan sosialisasi mengenai Cluster MBKM Proyek Desa dan pembagian dosen pembimbing internal per kelompok.
9	29 Januari 2024	Dimulainya perkuliahan Cluster MBKM Semester Genap 2023/2024	Mahasiswa mulai mengisi <i>supervisor daily task</i> dan <i>advisor daily task</i> di <i>website</i> merdeka setiap hari kerja sesuai dengan pemetaan 640 jam kerja pada kalender akademik.
10	5 - 7 Februari 2024	Serah terima Cluster MBKM Proyek Desa pada desa tujuan	Dosen tim Cluster MBKM Proyek Desa dan LPPM mengunjungi desa tujuan untuk melakukan seremoni serah terima bersama beberapa mahasiswa perwakilan kelompok sesuai dengan desa yang dipilih.
11	18 - 26 Maret 2024	Evaluasi 1 Cluster MBKM Semester Genap 2023/2024	Mahasiswa mengumpulkan <i>draft</i> laporan yang berisi Bab I-III ke <i>website</i> merdeka.umn.ac.id dan menginformasikan kepada <i>Supervisor</i> dan <i>Advisor</i> untuk menilai Evaluasi 1.
12	27 - 31 Mei 2024	Evaluasi 2 Cluster	Mahasiswa mengumpulkan

		MBKM Semester Genap 2023/2024	laporan lengkap dan hasil karya Proyek Desa yang dikerjakan serta hasil Turnitin ke <i>website</i> <a href="http://merdeka.umn.ac.id">merdeka.umn.ac.id</a> dan menginformasikan kepada <i>Supervisor</i> dan <i>Advisor</i> untuk menilai Evaluasi 2
13	7 Juni 2024	Pendaftaran sidang akhir Cluster MBKM	Mahasiswa melakukan pendaftaran sidang akhir untuk menguji kelayakan laporan dan karya yang dikerjakan dari Proyek Desa yang telah dijalankan.
14	12 - 14 Juni 2024	Sidang Akhir	Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja <i>final</i> dari MBKM Proyek Desa selama 1 semester yang berupa laporan dan karya visual.
15	18-21 Juni 2024	Submit <i>final</i> laporan Cluster MBKM	Mahasiswa mengumpulkan hasil laporan lengkap yang sudah di revisi pada <i>website</i> <a href="http://merdeka.umn.ac.id">merdeka.umn.ac.id</a> .

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A