

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Program elaborasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), selaku kunci utama/*instrument* dalam peningkatan daya beli masyarakat, akan menjadi solusi atas situasi krisis moneter yang dialami oleh berbagai kalangan masyarakat. Peran UMKM memiliki arti penting bagi suatu wilayah, terutama sebagai pendorong perekonomian nasional. UMKM hadir sebagai salah satu konsep pengembangan ekonomi lokal kreatif yang dapat dilakukan sebagai salah satu wadah untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Kini, industri tidak lagi mengandalkan harga dan kualitas produk, namun harus bersaing dari segi inovasi, kreativitas, dan imajinasi. (Halim, 2020). Menurut data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, sektor UMKM memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ditahun 2023, sebesar 61%, setara dengan Rp 9.850 triliun, terlebih peran serta UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja telah mencapai 97% dari total tenaga kerja.

Nadi, selaku kepala seksi pemerintah dan kependudukan desa Legok, dalam wawancaranya mengatakan bahwa desa Legok memiliki potensi yang tinggi pada bidang UMKM, khususnya dalam bisnis kuliner dan kerajinan. Perkembangan UMKM membuat masyarakat desa Legok memiliki penghasilan dari hasil kreativitas dan inovasi mereka. Salah satunya adalah UMKM Cakein, merupakan salah satu bisnis kuliner di desa Legok yang didirikan oleh Maria Harrys Ujianty pada tahun 2019. UMKM Cakein bergerak di bidang kuliner yang menyajikan beragam varian kue basah, seperti kue sus, bolu pelangi, ketan hitam, tiramisu, wingko, onde, pandan cokelat, cromboloni, danish cokelat, yang dijual menggunakan strategi *mouth to mouth* di lingkungan sekitar kompleks Griya Permai Legok.

Faktanya, desa Legok memiliki potensi di bidang kuliner produksi rumahan. Para pedagang UMKM di desa Legok pun berasal dari berbagai daerah, baik dari desa Legok itu sendiri maupun dari luar desa. Berdasarkan potensi besar yang dimiliki, desa Legok tetap memiliki berbagai permasalahan pada program UMKM, yaitu modal dan strategi pemasarannya. Permasalahan-permasalahan tersebut selaras dengan apa yang sedang dihadapi oleh UMKM Cakein yang berupa kegiatan promosi dan pemasaran yang terbatas. Hal tersebut menjadi dampak yang besar untuk eksistensi dan menghambat proses pengenalan UMKM Cakein kepada masyarakat luas.

Umumnya, para pelaku usaha UMKM di desa Legok, termasuk UMKM Cakein belum memiliki identitas dan media promosi yang tepat. Contohnya, UMKM Cakein belum memiliki media sosial karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan yang memadai, sehingga tidak dapat bersaing dengan UMKM lainnya yang lebih terampil dalam melakukan promosi produk. Berdasarkan wawancara dengan Maria, para pelaku usaha UMKM di desa Legok berasal dari kalangan ibu rumah tangga berusia 35-40 tahun, di mana kebanyakan dari mereka memiliki keterbatasan kemampuan dalam menggunakan teknologi, sehingga mereka hanya mengandalkan anak dalam mendirikan UMKM. Namun, mayoritas dari anak-anak tersebut sudah memiliki kesibukan masing-masing, sehingga mereka mengakui bahwa kegiatan promosi mereka pun terhambat.

Oleh karena itu, penulis akan mengajukan perancangan media promosi UMKM Cakein di desa Legok. Perancangan ini dilakukan untuk mengembangkan usaha UMKM Cakein milik Maria dengan melakukan kegiatan promosi pada media sosial berupa Instagram dan iklan Facebook, media kolateral, dan fotografi maupun videografi, sehingga dapat menjadi wadah dalam mempromosikan UMKM Cakein. Dengan merancang beragam media promosi, UMKM Cakein dapat bersaing dengan usaha UMKM sejenis lainnya, menjadi pembeda, dan dikenal oleh konsumen lebih luas lagi. Sehingga penjualan dan pendapatan akan meningkat, serta memiliki *product knowledge*. Serta memperkenalkan cara untuk mengelola media sosial yang baik dan benar agar tetap terjaga konsistensinya.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Terbatasnya pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM Cakein dalam memanfaatkan penggunaan media promosi sebagai alat pemasaran produk.
2. UMKM Cakein memiliki kelemahan dalam bidang pemasaran produk, yaitu tidak memiliki media promosi yang dapat memasarkan produknya secara luas.

Merujuk pada rumusan masalah tersebut, maka penulis mengajukan penelitian desain dengan pertanyaan penelitian:

Bagaimana perancangan media promosi yang tepat bagi UMKM Cakein di desa Legok melalui media komunikasi visual?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Penelitian ini perlu adanya batasan masalah agar penelitian tidak menyimpang dari topik yang telah ditetapkan. Batasannya mencakup media promosi yang akan dirancang untuk UMKM Cakein, di desa Legok. Batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin : Primer : Wanita

Penulis menentukan jenis kelamin primer, yaitu Wanita karena sebagian besar pelanggan kue basah adalah seorang Ibu Rumah Tangga, untuk bekal sekolah anak.

Sekunder : Pria

Penulis menentukan jenis kelamin sekunder, yaitu Pria karena pada umumnya, pesanan kue basah berasal dari para pekerja kantor untuk kebutuhan acara (*seasonal*) kantor.

- b. Usia : 35- 40 Tahun

- c. Pendidikan : SMA Sederajat

- d. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga, Swasta, Wiraswasta, PNS.

- e. Tingkat Ekonomi: SES C
- f. Pendapatan : \leq 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, suka berkumpul dan bercengkerama, waktu produktif di pagi hari, dan mengutamakan produk yang murah serta menyukai jajanan tradisional.
- b. Sikap : Hemat, *family oriented* yang memprioritaskan keluarga, suka bersosialisasi, *easy going*, dan ramah.

3. Geografis

- a. Primer : Desa Legok

Penulis menentukan segmentasi primer yang berada di desa Legok, tempat di mana UMKM Cakein telah berdiri, sehingga mengembangkan segmentasi tempat yang sudah ada.

- b. Sekunder : Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten.

Dikutip dari hasil wawancara dengan Maria sebagai pelaku usaha UMKM Cakein, beliau ingin memperluas pasar lebih luas, di mana Kabupaten Tangerang merupakan tempat terdekat dengan rumahnya, yaitu desa Legok.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Adapun maksud dan tujuan dari dari MBKM Cluster Proyek Desa sebagai berikut:

1. Membantu Cakein di desa Legok untuk meningkatkan penjualan dari hasil produk pelaku UMKM melalui kegiatan promosi.

Dengan dirancangnya proyek desa ini, diharapkan UMKM Cakein di desa Legok memiliki peningkatan persentase penjualan kue basah, serta meningkatkan perekonomian mereka.

2. Meningkatkan *awareness* Cakein agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Proyek desa ini memiliki tujuan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dalam melakukan *repeat order* dan *trust* terhadap UMKM Cakein, serta peranan dalam perancangan media promosi yang tepat sebagai hal penting dalam membangun identitas bagi Cakein untuk penanda nilai dan citra ke masyarakat luas dalam meningkatkan *brand awareness*.

3. Membantu Cakein agar dapat bersaing dengan berbagai kompetitor.

Tujuan dari pelaksanaan proyek desa di desa Legok adalah untuk membekali pelaku UMKM Cakein agar memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup terkait kegiatan promosi agar dapat bersaing dengan UMKM sejenis yang lebih maju.

4. Menyediakan sarana dan wadah bagi Cakein untuk mempromosikan produknya.

Menjaga citra dan kesan usaha Cakein agar tetap stabil dan konsisten yang selaras dengan kebutuhan pasar agar *relatable* dan tertanam di benak pelanggan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelaku usaha. Selain itu, agar produk Cakein memiliki peningkatan *value* dari bisnis yang dijalankan.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Adapun harapan bahwa hasil program MBKM Proyek Desa ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, melalui perancangan ini dapat menjadi pengalaman dan pembelajaran yang berharga karena dapat berkontribusi positif secara langsung dalam merancang suatu solusi desain yang dapat bermanfaat bagi UMKM dan desa Legok.
2. Bagi orang lain, perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik masyarakat untuk lebih mengenal UMKM di desa Legok melalui berbagai media promosi yang telah dirancang.
3. Bagi universitas, melalui perancangan ini diharapkan universitas dapat menggunakan laporan ini sebagai sebuah tolak ukur, serta *bridging* bagi mahasiswa pelaksana program MBKM Proyek Desa dan beragam pihak desa dalam mencapai suatu kemajuan.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Pada pelaksanaan program MBKM Cluster Proyek Desa, mahasiswa/i yang terdaftar menjadi bagian dari Cluster Proyek Desa akan memenuhi bobot 20 sks atau setara dengan 640 jam (*Supervisor Daily Task*) dan 207 jam (*Advisor Daily Task*), atau 20-21 minggu dalam 1 semester. Terdapat 4 mata kuliah pada Cluster Proyek Desa (DDKV), yaitu DDKV 1; *Community Outreach Project Idea*, DDKV 2; *Community Outreach* (Tahap 1), DDKV 3; *Socio Entrepreneurship Development & Managing*, dan DDKV 4; *Community Outreach* (Tahap 2).

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

Gambar 1.1 Tabel Paket Mata Kuliah MBKM Cluster Proyek Desa
 Sumber: Buku Panduan Pelaksanaan Cluster MBKM Program Studi Desain Komunikasi Visual UMN (2024)

Berikut merupakan pemetaan 640 jam, atau dalam sehari berjumlah 9 jam dalam menjalankan Cluster MBKM Proyek Desa yang dimulai dari bulan Februari hingga Juni 2024.

The image displays a series of course load tables for the MBKM Cluster Project Village, organized by month from February to June 2024. Each monthly table includes a weekly grid with course codes and titles. Below the grid, there is a legend for course codes and a list of course titles with their respective credit values.

Gambar 1.2 Tabel Paket Mata Kuliah MBKM Cluster Proyek Desa
Sumber: Buku Panduan Pelaksanaan Cluster MBKM Program Studi Desain Komunikasi Visual UMN (2024)

Berikut merupakan alur dan *timeline* Cluster MBKM yang akan dijalankan oleh seluruh peserta Cluster MBKM di semester ini.



Gambar 1.3 Alur dan Timeline Cluster MBKM
Sumber: Buku Panduan Pelaksanaan Cluster MBKM Program Studi Desain Komunikasi Visual UMN (2024)

Alur pendaftaran Cluster MBKM Proyek Desa tahun ini diawali dengan berbagai tahapan. Pertama, mahasiswa/i akan melaksanakan bimbingan akademik dengan dosen pembimbing akademik masing-masing untuk penjelasan *detail*

mengenai setiap bagian dari Cluster MBKM yang akan dipilih di semester ini. Setelah melalui masa bimbingan, mahasiswa/i akan mengisi Pra KRS terkait pilihan Cluster MBKM, yang selanjutnya para mahasiswa/i wajib menghadiri sosialisasi Cluster MBKM secara *offline* di kampus, yang membahas mengenai keseluruhan informasi terkait Cluster MBKM. Selanjutnya, masa pendaftaran dan seleksi melalui *One Drive Form*, yang wajib diisi oleh seluruh mahasiswa/i semester 6 yang akan menjalankan MBKM. Setelah pengisian *Form*, mahasiswa/i akan mendapatkan email mengenai hasil pengumuman Cluster MBKM. Jika sudah dinyatakan lulus, para mahasiswa/i akan mengisi KRS sesuai dengan pilihan Cluster MBKM yang tertera di email masing-masing. Setelah KRS selesai, mahasiswa/i yang dinyatakan lulus di 3 Cluster (WDKV, PDKV, DDKV) akan gabung ke dalam *group Line* sesuai dengan Cluster MBKM masing-masing untuk informasi lebih lanjut. Saat pelaksanaan MBKM, mahasiswa/i akan melakukan registrasi secara mandiri melalui *website* merdeka UMN.

Setelah keseluruhan *timeline* registrasi selesai, mahasiswa/i akan menjalankan kegiatan MBKM sesuai rencana kelompok masing-masing. Cluster MBKM Proyek Desa akan berkunjung ke desa pilihan dan melakukan riset terkait desa dan UMKM untuk melakukan perancangan kedepannya. Setelah itu, masing-masing kelompok akan memasuki periode evaluasi 1 terkait pengerjaan laporan dan riset yang akan dinilai oleh dosen pembimbing internal dan eksternal. Pada periode evaluasi 2, kelompok akan melanjutkan kegiatan perancangan sesuai rencana yang telah ditetapkan dengan seluruh anggota kelompok untuk memenuhi syarat sidang evaluasi 2. Terakhir, mahasiswa/i akan melakukan revisi dan mengumpulkan hasil final laporan di *website* merdeka UMN setelah melakukan sidang sesuai dengan aturan yang berlaku.

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