

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan Bab I Pasal I UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM merujuk pada suatu jenis usaha ekonomi yang dijalankan oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM berperan penting sebagai penyedia pendapatan utama bagi sebagian besar penduduk Indonesia serta berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi negara. Pada tahun 2020, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,4 juta unit dan menyerap tenaga kerja sebanyak 114,7 juta individu, atau sekitar 56% dari total angkatan kerja di Indonesia (MSME Empowerment Report, 2022:5). Pokdarwis Medang merupakan sebuah organisasi di Kelurahan Medang, Tangerang, yang menaungi banyak UMKM. Berdiri sejak tahun 2023, Organisasi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Medang terbentuk sebagai respons terhadap kesadaran akan pentingnya pariwisata yang diusung oleh program Tahun Sadar Wisata pada tahun 1989. Salah satu tujuan utama Pokdarwis Medang adalah untuk merangkul dan meningkatkan keberhasilan UMKM yang ada di sekitar kelurahan Medang. Adapun beberapa UMKM yang dinaungi oleh Pokdarwis Medang antara lain merupakan Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Loyalista.

Chick N Pepper merupakan salah satu UMKM di Medang yang berfokus pada sektor FnB (*Food and Beverage*). Didirikan oleh Ubaidillah pada tahun 2021, Chick N Pepper menyediakan makanan *western (western food)* yang berfokus pada dua jenis makanan, yaitu *burger* dan *hotdog*. Meskipun demikian, pemilik UMKM memiliki visi untuk memperluas menu *western food* dengan menambahkan pilihan makanan lain seperti *steak*, *pasta*, dan berbagai olahan ayam. Chick N Pepper menyediakan produk makanan dengan nilai yang membedakannya dari pesaing, yaitu menggunakan bahan-bahan autentik sesuai dengan cita rasa asli *western food*. Berdasarkan pernyataan pemilik usaha, Chick N Pepper ditujukan kepada kalangan

remaja hingga dewasa dengan tingkat ekonomi menengah ke atas. Oleh karena itu, produknya dipasarkan dengan rentang harga Rp20.000-Rp40.000.

Hasil wawancara dan observasi terhadap UMKM Chick N Pepper menunjukkan adanya permasalahan, yaitu kurangnya identitas visual yang kuat dan konsisten sehingga UMKM tidak terlalu dikenali oleh konsumen. Identitas visual merupakan sarana yang efektif dalam mengkomunikasikan keberadaan suatu *brand*, usaha, atau perusahaan dan mencakup berbagai elemen seperti nama, logo, *color palette*, dan *typeface* dengan tujuan agar dapat diaplikasikan pada berbagai media (Yudidamar, 2019). Meskipun Chick N Pepper memiliki konsep “*fun*” dan “*fresh*” dengan target pasar remaja hingga dewasa muda serta telah menggunakan warna merah muda yang terlihat menonjol dan ceria, gaya desainnya terlihat kurang modern sehingga kurang sesuai dipasarkan di kalangan anak muda. Selain itu, masih terdapat ketidakkonsistenan dalam penggunaan elemen desain antara desain media yang satu dan lainnya. Seperti Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Loyalista juga menghadapi masalah yang serupa.

Berdasarkan artikel dari Mighty Fine Design Co (2018), dikatakan bahwa kekonsistenan dalam desain identitas merek merupakan salah satu pilar utama dalam membangun citra merek yang dapat diandalkan dan dipercaya. Dengan persaingan ketat di pasar, UMKM harus memiliki citra khas atau pembeda agar bisa bersaing. Madden, Fehle, dan Fournier pada tahun 2006 (dalam Calvalie, Warjoyo, & Harjani, 2021) mengatakan bahwa penggunaan identitas visual dapat meningkatkan penjualan dan memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM. Identitas visual juga dapat meningkatkan pengenalan serta membangun loyalitas konsumen dan citra suatu brand (Wheeler, 2013). Oleh karena itu, perlu untuk dilakukannya perancangan ulang identitas visual ketiga UMKM Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Loyalista sebagai upaya meningkatkan *brand awareness* (kesadaran merek) dan *brand association* (ingatan terhadap merek), serta daya saingnya di pasar sehingga pada akhirnya berpotensi membantu meningkatkan keberhasilan ketiga UMKM secara berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat ditentukan rumusan masalah, yaitu: Bagaimana perancangan ulang identitas visual UMKM Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Loyalista yang konsisten dan sesuai dengan konsepnya?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah di atas, dapat ditetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1.3.1 Geografis

Segmentasi geografisnya merujuk pada penduduk yang tinggal di daerah Medang dan sekitarnya.

1.3.2 Demografis

- a. Usia : Remaja berusia 18-25 tahun
- b. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- c. Pekerjaan : Mahasiswa dan karyawan
- d. Tingkat ekonomi : SES C-B

1.3.3 Psikografis

- a. Sikap
Mudah bergaul, memiliki kecenderungan untuk menggunakan media sosial, bijak dalam mengatur pengeluaran
- b. Gaya hidup
Sering mengonsumsi *makanan western* dan *fast food*, menyukai kepraktisan

1.3.4 Behavioral

- a. Tipe loyalitas
Tingkat loyalitas rendah karena harga menjadi pertimbangan sehingga konsumen dapat sewaktu-waktu beralih ke pedagang lain yang menawarkan harga lebih murah.

- b. Tipe pengambilan keputusan

Tingkat pengambilan keputusan rendah karena harga yang ditawarkan lebih terjangkau dibandingkan produk serupa di pasaran.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Maksud dan tujuan kegiatan sosial MBKM Cluster Proyek Desa ini adalah sebagai syarat menyelesaikan perkuliahan semester 6. Melalui pelaksanaan kegiatan MBKM ini, penulis bermaksud untuk meningkatkan identitas visual yang kuat dan konsisten guna memperkuat citra merek dan daya saing UMKM Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Loyalista di tengah persaingan pasar yang semakin tinggi. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kontribusi positif terhadap ketiga UMKM seperti peningkatan kesadaran akan pentingnya identitas visual atau *branding* sehingga pada akhirnya penulis dapat membantu meningkatkan keberhasilan UMKM secara berkelanjutan. Selain itu, diharapkan kegiatan MBKM ini juga dapat mencapai beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Peningkatan identitas visual yang terkesan menarik dan mudah dikenali dengan menjaga konsistensi dalam warna, *typeface*, dan gaya desain.
2. Menciptakan identitas visual yang mencerminkan nilai-nilai yang dimiliki UMKM.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

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

1. Bagi Penulis
Penulis dapat menambah pengetahuan serta mengembangkan keterampilan dalam merancang identitas visual pada proyek desain secara nyata.
2. Bagi Orang Lain
UMKM Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Loyalista memiliki identitas visual yang lebih konsisten dan mencerminkan nilai yang dimiliki sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas, serta mendapatkan

peningkatan pengetahuan seputar identitas visual. Selain itu, konsumen juga akan dapat mengenali produk UMKM dengan lebih mudah, mendapatkan pengalaman yang baik sehingga tingkat kepuasan konsumen akan menjadi semakin tinggi.

3. Bagi Universitas

Hasil program MBKM ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi yang cermat terhadap pemilihan UMKM untuk program MBKM Cluster Proyek Desa. Hal ini dapat meningkatkan efisiensi waktu dalam pengumpulan data terhadap UMKM yang ternyata sudah tidak lagi beroperasi.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

MBKM Cluster Proyek Desa adalah salah satu program pembelajaran oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UMN yang melibatkan mahasiswa semester 6 dari seluruh program studi untuk melakukan pengabdian ke desa sekitar. Berbobot 20 SKS, MBKM Cluster Proyek Desa setara dengan 800 jam kerja, atau 20-21 minggu dalam 1 semester. Program ini dimulai dengan diadakannya sosialisasi besar dengan seluruh peserta MBKM pada 13 November 2023 di *Lecture Hall* UMN. Keseluruhan pelaksanaan proyek MBKM terdiri atas 4 tahap, yaitu tahap MBKM 01 hingga 04.

Pada tahap MBKM 01, peserta MBKM melakukan registrasi dan memperoleh surat pengantar MBKM (*cover letter*) sebagai dokumen yang dibutuhkan untuk keperluan laporan sidang MBKM. Sedangkan pada tahap MBKM 02, peserta menyelesaikan proses registrasi (*complete registration*) dan mendapatkan kartu identitas mahasiswa cluster MBKM. Proses dilanjutkan dengan dilaksanakannya *briefing* pelaksanaan MBKM bagi seluruh peserta MBKM secara online melalui platform Zoom Meeting pada tanggal 22 Januari 2024. Pada tanggal 29 Januari 2024, bersamaan dengan awal tahun ajaran genap 2023/2024, Program Cluster MBKM Proyek Desa mulai dilaksanakan.

Selama program berlangsung, peserta menjalankan tahap MBKM 03 dengan memenuhi pengisian 640 jam kerja untuk *supervisor daily task* dan 207 jam

untuk *advisor daily task* melalui *website* Merdeka. Peserta MBKM diwajibkan untuk mengisi *supervisor daily task* selama 9 jam setiap harinya, kecuali pada hari libur dan akhir pekan. Berbeda dengan *supervisor daily task*, peserta MBKM hanya perlu mengisi *advisor daily task* selama 3-4 jam setiap dua hingga tiga hari sekali. *Supervisor* adalah dosen pembimbing eksternal yang memberikan arahan peserta MBKM terkait perancangan proyek seperti hasil desain yang dikerjakan, sementara *advisor* adalah dosen pembimbing internal yang mengarahkan peserta MBKM dalam penyusunan laporan. Untuk memaksimalkan hasil proyek yang dikerjakan, peserta MBKM diwajibkan untuk melaksanakan 8 sesi bimbingan dengan *advisor* selama program berlangsung. 4 kali bimbingan dilaksanakan sebelum pelaksanaan Evaluasi 1 pada 18-26 Maret 2024, dan 4 kali sebelum pelaksanaan Evaluasi 2 pada 27-31 Mei 2024. Hal tersebut dilakukan karena pada Evaluasi 1 dan 2, peserta MBKM perlu mengumpulkan laporan yang dikerjakan. Apabila telah berhasil memenuhi ketentuan pengisian *daily task*, peserta dapat mengunduh lembar *supervisor daily task* pada menu '*Daily Task*' di *website* Merdeka.

Setelah mengerjakan proyek selama 1 semester, peserta melanjutkan pada tahap MBKM 04 untuk memperoleh lembar verifikasi laporan dengan melakukan pendaftaran sidang akhir pada 7 Juni 2024 melalui menu '*Register Exam*' di *website* Merdeka. Sidang akhir Cluster MBKM akan dilaksanakan pada tanggal 12-14 Juni 2024 secara *offline* atau tatap muka di UMN. Akhirnya, laporan akhir MBKM akan dikumpulkan pada 18-21 Juni 2024.