

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam berbagai krisis dan hambatan ekonomi, UMKM menjadi salah satu jenis usaha yang paling bertahan dan bertumbuh (Sudrartono, et al., 2022). Melalui data Badan Pusat Statistik (BPS) membuktikan bahwa di tahun 1997 - 1998, sebesar 99,9% dari 56.539.560 usaha yang dibangun di Indonesia merupakan UMKM sedangkan hanya 0,01% adalah usaha besar. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat besar terhadap kemajuan ekonomi terutama dalam mengatasi kesenjangan status sosial masyarakat di Indonesia (Mimiasri, Hadi, & Saputra, 2022). Salah satu organisasi masyarakat yang menaungi banyak UMKM di Indonesia adalah Pokdarwis Medang di kelurahan Medang yang berperan dalam memajukan ekonomi di daerah tersebut. Organisasi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) (Mimiasri, Hadi, & Saputra, 2022) Medang merupakan sebuah organisasi tingkat masyarakat dalam program Tahun Sadar Wisata yang diluncurkan pada tahun 1989. Pokdarwis Medang berlokasi di Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten. Tujuan didirikannya organisasi ini adalah sebagai wadah untuk merangkul dan mendorong kesejahteraan UMKM di sekitar kelurahan Medang. Pokdarwis Medang menaungi lebih dari 100 UMKM, diantaranya ada UMKM Chick N Pepper, Fayaz Craft & Loyalista (Medang, 2023).

Dalam perancangan desain identitas berbasis kemasan, UMKM Chick N Pepper menjadi UMKM yang dijadikan sebagai judul laporan perancangan ini. Chick N Pepper pada dasarnya menjual makanan cepat saji dengan konsep *western* berupa *burger* dan *hotdog* yang ditargetkan pada kalangan muda. Dengan lokasi strategis, UMKM Chick N Pepper yang berada di sekitar tempat *kost* para mahasiswa juga mempermudah akses kalangan muda untuk mengetahui keberadaan Chick N Pepper. Dibalik didirikannya Chick N Pepper, pemilik usaha yakni Pak Ubaidillah pernah bekerja di sebuah restoran *western* sehingga pemilik

telah memiliki pengalaman dalam membuat makanan *western*. Harga produk yang ditawarkan oleh Chick N Pepper juga bervariasi dan terjangkau dimulai dari Rp 20.000 sehingga ramah bagi kantong pelajar. Adanya keberadaan Chick N Pepper juga memiliki peran yang penting terhadap ekonomi Desa Medang. Dalam membuat produk *burger* dan *hotdog*, pemilik membeli bahan-bahan terpilih dan berkualitas dari penjual di pasar Medang. Oleh karena itu, Chick N Pepper menjadi sebuah UMKM yang berperan penting dalam perkembangan ekonomi di Desa Medang.

Ketika melakukan observasi langsung di UMKM Chick N Pepper, ditemukan bahwa kemasan makanan masih belum memiliki desain sama sekali. Hal ini sangat mempengaruhi citra merek dan persepsi pembeli terutama dengan target pasar ekonomi menengah ke atas. Kemasan yang menarik perhatian dapat membantu meningkatkan citra merek dan mempengaruhi persepsi pasar terhadap produk yang dijual menurut Kotler (Astuti, 2023). Oleh karena itu, untuk menargetkan segmentasi target pasar yang menengah ke atas, kemasan Chick N Pepper masih memiliki permasalahan karena belum memiliki daya saing desain yang cukup menarik bagi target pasar yang ingin dituju.

Melalui permasalahan yang telah disampaikan, ditemukan bahwa urgensi terkait perancangan identitas media sangat perlu diperhatikan. Kurangnya identitas yang kuat mempersulit pasar mengenal citra merek dengan baik. Identitas produk sangat dibutuhkan dalam sebuah produk yang akan dipasarkan. Selain itu, identitas juga mempermudah konsumen untuk mengenali produk yang dibeli serta menjadikan daya saing dalam persaingan bisnis yang semakin ketat agar citra merek dari dapat dikenal lebih kuat (Herudiansyah, Candra, & Pahlevi, 2019) khususnya pada UMKM di Pokdarwis Medang. Dengan adanya kemasan yang menarik juga dapat menjadi nilai khas suatu produk dan menjadi kunci diferensiasi yang dapat merangsang perilaku pembelian pelanggan (Deliya & Parmar, 2012). Oleh karena itu penting bagi penulis untuk melakukan perancangan ulang kemasan sebagai bagian dari identitas dan penyampaian informasi bagi UMKM Chick N Pepper & UMKM lainnya di desa Medang.

## 1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, rumusan masalah dalam laporan perancangan identitas berbasis kemasan bagi UMKM Chick N Pepper Desa Medang Lestari adalah bagaimana merancang identitas berbasis kemasan yang efektif untuk UMKM Chick N Pepper Desa Medang Lestari?

## 1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan, batasan masalah dalam penulisan laporan perancangan identitas berbasis kemasan bagi UMKM Chick N Pepper Desa Medang Lestari yaitu:

### UMKM Chick N Pepper

1. Geografis
  - a. Primer : Indonesia
  - b. Sekunder : Desa Medang dan sekitarnya
2. Demografis
  - a. Usia : Remaja sampai dewasa muda, 18 - 25 tahun
  - b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
  - c. Pekerjaan : Mahasiswa dan karyawan
  - d. Tingkat Ekonomi : SES C - B
3. Psikografis
  - a. Sikap : Mudah bergaul, bijak dalam mengatur pengeluaran, dan menyukai hal-hal menarik.
  - b. Gaya Hidup : Sering mengonsumsi *junk food*, gaya hidup *western* dan praktis, terbiasa menggunakan media sosial.
4. Behavioral
  - a. Loyalitas : Tingkat rendah karena harga menjadi faktor pertimbangan dalam pembelian di suatu tempat.
  - b. Keputusan: Tingkat rendah karena keputusan ditentukan oleh harga yang dianggap lebih terjangkau dibanding merek lainnya dengan produk serupa.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa**

Maksud dari pelaksanaan program MBKM Proyek Desa adalah untuk meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM Chick N Pepper melalui perancangan identitas berbasis kemasan yang efektif. Tujuan utama dilaksanakan program MBKM Proyek Desa adalah untuk meningkatkan kesadaran UMKM terhadap pentingnya citra merek dan daya tarik produk melalui kemasan yang menarik guna meningkatkan penjualan UMKM di Desa Medang.

Berikut pencapaian yang dapat dipertanggungjawabkan melalui program MBKM Proyek Desa ini:

1. Peningkatan kesadaran merek terhadap identitas kemasan yang baru. Data dapat diukur melalui survei dengan calon konsumen di sekitar Medang untuk mengukur keberhasilan dari perubahan identitas kemasan terhadap tingkat kesadaran masyarakat.
2. Memperoleh tanggapan positif atas perubahan kemasan dari konsumen untuk memastikan perubahan identitas telah memenuhi harapan konsumen dan memperoleh persepsi positif terhadap produk UMKM Chick N Pepper. Data ini dapat diukur melalui wawancara dengan pemilik UMKM atau calon konsumen sekitar Medang.
3. Peningkatan identitas visual yang lebih kuat dan konsisten terkait identitas kemasan baru.

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

Melalui pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa, manfaat yang dapat dirasakan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis.

Penulis mendapatkan pengembangan keterampilan dan kreativitas dalam memecahkan masalah dari permasalahan nyata, memperoleh pengalaman dari berkontribusi dengan masyarakat secara langsung dari perancangan identitas melalui kemasan yang didesain untuk UMKM Desa Pokdarwis Medang.

## 2. Bagi Orang Lain.

Melalui proyek MBKM Proyek Desa ini, pemilik UMKM menjadi sadar terhadap peluang baru untuk meningkatkan pendapatan mereka melalui perancangan identitas kemasan yang menarik. Dengan adanya manfaat tersebut di atas, masyarakat dapat lebih mudah mengakses produk berkualitas dari UMKM lokal sehingga pertumbuhan ekonomi lokal meningkat.

## 3. Bagi Universitas.

Hasil proyek MBKM Proyek Desa bisa menjadi sumber referensi dan pembelajaran dengan topik yang serupa untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, menjadi pengalaman bagi Universitas untuk memperbaiki pelaksanaan Program Cluster MBKM Proyek Desa. (ditambah)

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

Program MBKM Cluster Proyek Desa merupakan program LPPM UMN, melibatkan mahasiswa semester 6 dengan beban studi sebesar 20 SKS yang setara dengan 800 jam kerja dan berlangsung selama 20-21 minggu dalam satu semester. Kegiatan dimulai pada tanggal 13 November 2023 dengan acara Sosialisasi Besar bagi seluruh peserta MBKM. Registrasi pendaftaran Cluster MBKM Proyek Desa dilakukan melalui situs web [merdeka.umn](http://merdeka.umn) pada periode 11 Desember 2023 hingga 16 Januari 2024.

Pada tahap pertama yakni MBKM 01, peserta melakukan proses registrasi dan menerima Cover Letter/Surat Pengantar MBKM untuk dilampirkan dalam laporan sidang MBKM Cluster Proyek Desa. Selanjutnya pada tahap kedua yakni MBKM 02, peserta menyelesaikan registrasi dan memperoleh kartu identitas mahasiswa MBKM. Pada tanggal 22 Januari 2024 dilakukan briefing pelaksanaan MBKM melalui Zoom secara daring. Pada 29 Januari 2024, program MBKM berlangsung seiring dengan dimulainya tahun ajaran genap 2023/2024.

Untuk memenuhi persyaratan kelulusan Program MBKM Proyek Desa, peserta melanjutkan tahap MBKM 03. Peserta diwajibkan untuk memenuhi 640 jam kerja sebagai *Supervisor Daily Task* dan 207 jam kerja sebagai *Advisor Daily Task*.

Pemenuhan jam kerja dilaporkan ke situs merdeka.umn dengan ketentuan *Supervisor Daily Task* sebanyak 9 jam/hari dalam seminggu kecuali hari Sabtu, Minggu, dan hari libur. Sedangkan *Advisor Daily Task* sebanyak 3-4 jam/hari setiap 2-3 hari dalam seminggu kecuali hari Sabtu, Minggu, dan hari libur. Pelaporan jam kerja Supervisor Daily Task akan diperiksa oleh dosen pembimbing eksternal LPPM sedangkan Advisor Daily Task akan diperiksa oleh dosen pembimbing internal UMN. Lembar MBKM 03 (*Supervisor Daily Task*) dapat diperoleh pada melalui halaman *Daily Task* pada website merdeka dan akan dicantumkan dalam laporan untuk melanjutkan Tahap MBKM 04.

Selanjutnya pada tahap terakhir, MBKM 04, peserta melakukan verifikasi laporan yang dapat diakses melalui *website* merdeka.umn. Tahap ini berlangsung sejak 3 Juni – 6 Juni dengan deadline pada 7 Juni 2024. Untuk memperoleh lembar verifikasi, peserta telah menyelesaikan laporan dan melanjutkan pada tahap pendaftaran sidang (*Register Exam*) pada website merdeka. Pada tahap ini, dosen pembimbing internal telah melakukan pengecekan kelengkapan dokumen laporan Sidang Cluster MBKM para peserta sesuai dengan prasyarat akademis dan administratif untuk melakukan registrasi sidang pada tahap 04.

Ketentuan dalam kelulusan MBKM mewajibkan peserta untuk melakukan 8 kali bimbingan yang dilakukan sebelum Evaluasi 1 pada periode 18-26 Maret 2024 dan Evaluasi 2 pada periode 27-31 Mei 2024. 8 bimbingan akan dibagi menjadi 4 kali bimbingan sebelum Evaluasi 1 dan 4 kali bimbingan sebelum Evaluasi 2. Pada 7 Juni 2024 akan dilaksanakan registrasi sidang akhir Cluster MBKM dan sidang akhir Cluster MBKM dilaksanakan pada 12-14 Juni 2024. Laporan final Cluster MBKM akan diserahkan pada tanggal 18-21 Juni setelah sidang akhir Cluster MBKM dilaksanakan.