

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

UMKM merupakan usaha yang dilakukan oleh perseorangan atau individu, rumah tangga, atau badan usaha skala kecil. Bisnis UMKM dikategorikan dengan pendapatan per tahun, jumlah pekerja, dan aset yang dimiliki. Pemerintah telah mengatur seputar pengelolaan UMKM UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM bukan hanya memberikan kontribusi yang signifikan pada PDB di setiap tahunnya. Tetapi, bisnis UMKM juga mampu memberi lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Bisnis ini juga mampu bertahan saat krisis pangan, seperti yang terjadi di tahun 1998. Banyak sekali bisnis yang bangkrut karena disebabkan oleh krisis ekonomi, namun kegiatan bisnis UMKM dapat tetap berjalan. Maka, masyarakat mengatakan bahwa UMKM adalah sebuah penyelamat bangsa di tengah kondisi yang buruk.

Sampurna mengatakan bahwa politik, ekonomi, sosial budaya, keamanan, pertahanan, dan teknologi informasi itu sendiri telah dipengaruhi oleh era digital (Setiawan, 2017). Manajemen mempunyai pengaruh yang fundamental terhadap dampak yang diperoleh media baru, sehingga manajemen media sosial sangat dibutuhkan. Tetapi, pelaku UMKM Jamune Saras di desa Legok belum mengerti cara memanfaatkan sosial media yang benar untuk keperluan pemasaran. Maka itu, pelaku menjadi terhambat untuk melakukan pemasaran yang efektif. Oleh sebab itu, penulis akan membuat perancangan media promosi online UMKM Jamune Saras di desa Legok. Tujuan dari perancangan ini adalah mengembangkan bisnis UMKM Jamune Saras milik Eny dengan merancang kegiatan promosi di media sosial Instagram, TikTok, dan YouTube untuk meraih banyak target konsumen.

Bentuk konkrit yang akan dirancang oleh penulis yakni, membuat foto dan video yang menarik dan interaktif untuk meningkatkan penjualan,

mengatur strategi promosi, dan cara mengelola media sosial agar menjadi aset dan investasi bagi keberlanjutan akun Jamune Saras. Berdasarkan hal tersebut, maka perancangan ini diharapkan dapat memberikan prospek yang besar bagi pelaku UMKM untuk bersaing dan berkembang pada era modern ini.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

1. Pengelola UMKM Jamune Saras belum memiliki pemahaman yang memadai tentang bagaimana memanfaatkan media sosial secara efektif untuk pemasaran.
2. Konten media sosial yang dimiliki UMKM Jamune Saras belum dikembangkan dan kurang terorganisir sebagai media utama untuk melakukan promosi.

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

Bagaimana perancangan media promosi UMKM Jamune Saras di desa Legok?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Agar perancangan dan pembahasan dapat fokus, terarah, dan tidak melebar kemana-mana, berikut batasan masalah yang telah ditetapkan:

A. Demografis

Usia : 35-40 Tahun

Jenis kelamin : Perempuan dan Laki-laki

Pendidikan : SMA Sederajat

Pekerjaan : Ibu rumah tangga, Pekerja swasta

Tingkat ekonomi : SES C

Pendapatan : Rp. 4.000.000

Status pernikahan : Menikah dan memiliki anak

Family size : 4-5 orang

B. Psikografis

1. Gaya hidup

Memiliki gaya hidup ditengah kesibukan mengurus anak-anak, Ibu Rumah Tangga ini memancarkan keceriaan dengan hobinya memasak, baik hidangan tradisional maupun modern. Gemar berkumpul bersama banyak temannya dan memanfaatkan pagi hari dengan maksimal. Menyukai minuman tradisional dan selalu mempertimbangkan harga saat berbelanja, memilih produk yang hemat dan berkualitas untuk keluarganya.

C. Geografis

1. Primer: Desa Legok

Penulis menyatakan bahwa segmentasi utama secara geografis adalah Desa Legok karena letak UMKM Jamune Saras berada dan berkembang di desa tersebut.

2. Sekunder: Kabupaten Tangerang

Kabupaten Tangerang ialah segmentasi sekunder yang ditetapkan oleh penulis. Secara geografis, kabupaten Tangerang adalah target sekunder yang dapat meningkatkan *brand awareness* Jamune Saras dan jangkauan pasar yang lebih luas. Sesuai dengan harapan bu Eny sebagai pemilik UMKM, bu Eny ingin menjangkau dan dapat bersaing dengan UMKM lainnya.

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

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

- A. Membantu Jamune Saras di desa Legok agar lebih dikenal banyak warga. MBKM Proyek Desa ini memiliki tujuan untuk menjangkau daya tarik masyarakat yang ada di sekitar desa Legok dengan cara mempromosikan Jamune Saras agar dapat meraih calon konsumen yang banyak.
- B. Meningkatkan jumlah penjualan Jamune Saras dengan dilakukannya proyek desa, diharapkan UMKM Jamune Saras di desa Legok dapat memiliki potensial yang tinggi dalam meraih minat masyarakat untuk membeli minuman Jamune Saras.
- C. Mengenalkan strategi manajemen media sosial yang menarik dan berhasil tujuan dari proyek desa juga menciptakan keterampilan pelaku UMKM dan juga memberi pengetahuan terhadap kegiatan pemasaran *online* dan merancang strategi *marketing* yang akan dilakukan.
- D. Menciptakan peluang bagi Jamune Saras untuk bersaing dengan UMKM lainnya. Pada era modern ini, media digital adalah alat yang sangat penting untuk melakukan promosi yang efektif, inovasi, dan efisien bagi para pelaku UMKM. Dengan adanya peningkatan digitalisasi, maka UMKM Jamune Saras dapat bersaing dan menunjukkan *Unique Selling Point* yang dimilikinya.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Diharapkan bahwa hasil proyek desa dari program MBKM akan memberikan keuntungan bagi berbagai pihak terkait dengan perancangan ini. Keuntungan yang diharapkan dari pembuatan perancangan ini meliputi:

- A. Bagi penulis, dibuatnya perancangan ini agar dapat menyampaikan kreativitas dalam berkarya dan memperluas kemampuan berpikir secara rasional, analisis, dan strategis sebagai seorang *problem solver* serta menghadirkan kontribusi positif bagi pelaku UMKM di desa Legok.

- B. Bagi orang lain, agar dapat mengerti dan mengalami daya tarik dari berbagai jenis promosi dan publikasi yang dijalankan oleh UMKM di masyarakat desa Legok.
- C. Bagi universitas, dapat menjadi perantara bagi mahasiswa pelaksana MBKM Proyek Desa dan pihak desa dalam meraih keberhasilan dari perancangan ini.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Dalam pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa ini, tim pelaksana harus mencapai poin 20 sks atau setara dengan 800 jam kerja selama 18-20 minggu dalam satu semester. Paket mata kuliah yang diambil mencakup Community Outreach Project Idea, Community Outreach (tahap 1), Pengembangan & Manajemen Usaha Sosial, dan Community Outreach (tahap 2).

MBKM Cluster Proyek Desa	20 sks
DDKV 1: Community Outreach Project Idea	: 3 sks
DDKV 2: Community Outreach (Tahap 1)	: 7 sks
DDKV 3: Socio Entrepreneurship Development & Managing	: 7 sks
DDKV 4: Community Outreach (Tahap 2)	: 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 adalah 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 Visual (2024)

Alur pendaftaran Cluster MBKM Proyek Desa ini melalui beberapa tahapan yang dimulai dari Sosialisasi Besar Cluster MBKM yang diambil dan kegiatan Pra KRS yang dilalui. Selanjutnya, melakukan persiapan berkas pendaftaran MBKM Cluster Proyek Desa dengan mempersiapkan tim dan

dokumen untuk melakukan pendaftaran melalui formulir *One Drive* yang berupa *Curriculum Vitae* (CV), transkrip nilai, dan *portfolio*.

Pada tahap ketiga, Memulai perkuliahan Cluster MBKM Proyek Desa dengan mengisi *supervisor daily task* dan *advisor daily task* melalui website merdeka setiap hari. Serah terima Cluster MBKM Proyek Desa pada desa tujuan juga dilakukan oleh dosen tim Cluster MBKM dan LPPM mengunjungi desa tujuan untuk melakukan seremoni serah terima bersama beberapa mahasiswa perwakilan kelompok.

Tahap Evaluasi 1 Cluster MBKM dilakukan dengan mengumpulkan draft laporan yang berisi BAB 1 sampai BAB 3 di *website* merdeka.umn.ac.id untuk dinilai. Evaluasi 2 Cluster MBKM dilakukan mahasiswa dengan mengumpulkan laporan lengkap dan hasil karya Proyek Desa yang dikerjakan serta hasil Turnitin ke *website* merdeka.

Pada tahapan terakhir MBKM Proyek Desa, mahasiswa melakukan sidang akhir dengan mempresentasikan hasil kerja selama 1 semester yang berupa laporan dan karya visual. Submit final laporan Cluster MBKM juga dilakukan dengan mengumpulkan hasil laporan lengkap yang sudah di revisi pada *website* merdeka.umn.ac.id.

