

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pembangunan negara khususnya sektor perekonomian. Skenario ini sangat mungkin terjadi karena perekonomian Indonesia didominasi oleh UMKM. Saat krisis ekonomi melanda, UMKM terus bertambah jumlahnya hal ini menunjukkan bahwa UMKM dapat terus berjalan walaupun banyaknya hambatan yang ada. UMKM juga telah menunjukkan kebutuhan ekonomi untuk menyerap lebih banyak tenaga kerja. Oleh karena itu, UMKM berperan penting dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Terkait dengan kontribusi dan peran usaha kecil dan menengah, sangat penting bagi pemerintah untuk selalu mendukung usaha kecil dan menengah dengan memberikan sarana bagi mereka untuk menjalankan perannya dalam mendukung perekonomian nasional secara optimal. (Sarfiyah, 2019).

Indonesia menjadi negara ke-6 pengonsumsi coklat terbanyak di dunia dengan konsumsi coklat 7,3 kg per kapita sepanjang tahun 2021 (Goodstats, 2022), hal ini mendorong para pelaku UMKM di Indonesia untuk memilih coklat sebagai produk jualannya. Indonesia juga merupakan salah satu negara penghasil kakao produsen terbesar di dunia (ICCO, 2022). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat setidaknya empat provinsi di Sulawesi yang menjadi produsen kakao terbesar pada tahun 2022. Sulawesi Tengah dengan 130.848 ton merupakan provinsi penghasil kakao terbanyak di Indonesia (Annur, 2023). Varietas kakao yang dikembangkan adalah varietas kakao *Forastero* atau *Lindak* yang lebih dikenal dengan namanya kakao Sulawesi dengan aroma khas tersendiri (Fahrurrozi, 2020).

Untuk Indonesia Hijau (UIH) merupakan salah satu UMKM yang berdiri sejak tahun 2010 dengan memasarkan bahan baku dan produk olahan coklat. UIH mempunyai unit pengolahan biji kakao yang berada di Polman Sulawesi Barat, unit

ini digunakan untuk memenuhi permintaan kakao pasta/liquor/mass perusahaan dari Jepang. UIH bahkan pernah mendapatkan penghargaan apresiasi dari Bank Indonesia sebagai UMKM orientasi ekspor binaan terbaik provinsi Sulawesi Barat di tahun 2023.

Fokus awal UIH adalah pada perkebunan dan pertanian sehingga UIH memiliki citra yang berkaitan dengan perkebunan dan pertanian tetapi seiring berjalannya waktu UIH ingin mengubah citra tersebut menjadi sebuah brand penghasil coklat yang hasilnya dapat dinikmati oleh semua orang. Hal ini dapat diperkuat dengan kuesioner kepada target umum UIH yang memiliki hasil sebanyak 88,5% dari respondennya menjawab mereka memiliki perspektif yang sesuai dengan citra lama UIH. Dengan itu dibutuhkan perancangan ulang identitas visual UIH. Menurut Alina Wheeler (2018), untuk menghasilkan identitas visual yang kuat dibutuhkan penciptaan kesadaran dan reputasi dari sebuah perusahaan. Menciptakan persepsi yang dimiliki oleh konsumen seputar produk atau layanan dari sebuah perusahaan, dan bagaimana sebuah perusahaan mendapatkan kepercayaan pelanggannya. Pembuatan identitas visual juga tentang menggunakan setiap peluang untuk meyakinkan konsumen mengapa mereka harus memilih suatu brand dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan ulang identitas visual untuk UIH yang mampu memberikan kesan dan pesan yang selaras dengan tujuan brand, membentuk persepsi, dan daya tarik merek di mata konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, rumusan masalah yang telah dibuat adalah:

- 1) UIH sebagai brand penghasil coklat ingin merubah citranya dengan citra yang baru.
- 2) Konsumen masih beranggapan UIH merupakan brand yang menjual produk yang tidak sesuai dengan apa yang UIH pasarkan.

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan, penulis membuat penelitian dengan hasil akhir desain dengan pertanyaan:

Bagaimana perancangan ulang identitas visual yang dapat mendeskripsikan UMKM UIH?

1.3 Batasan Masalah

Dibuatnya batasan masalah agar target tidak terlalu luas dan sesuai dengan target yang ingin dicapai.

1. Demografis

- a) Usia : Remaja Akhir (17-25 Tahun)
- b) Jenis kelamin : Pria dan wanita
- c) Pendidikan : Lulusan SMA/ sederajat – S1/ sederajat
- d) Kelas Ekonomi : SES B

Menurut Hanif (2022) SES B memiliki pendapatan 3.000.000 – 5.000.000. Pemilihan SES ini didasari dari target sasaran yang sudah dimiliki oleh UIH.

2. Geografis

Primer : Sulawesi Barat

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022 Sulawesi Barat menduduki peringkat ke-empat dengan produksi 69.779 buah ton kakao. Berkat luasnya lahan yang tersedia untuk menanam produk ini, keempat provinsi di Sulawesi mampu memproduksi kakao dalam jumlah besar (Annur, 2023).

Sekunder : Jabodetabek

3. Psikografis

Ditujukan kepada orang yang mempunyai gaya hidup modern dengan kepribadian peduli lingkungan dan mengonsumsi makanan yang sehat.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Membuat perancangan ulang identitas visual UMKM UIH untuk menciptakan *branding* yang tepat agar merek dapat dikenali oleh masyarakat.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir dibuat agar pembaca dapat melihat manfaat dari penelitian yang sudah dilakukan. Manfaat dibagi menjadi empat, yaitu:

1) Penulis

Sebagai salah satu prasyarat untuk memenuhi persyaratan akademik program studi dan memperoleh pengalaman berupa pengetahuan baru yang dapat digunakan di dalam dunia kerja. Penulis dapat mengasah kreativitas yang dimiliki pada tugas akhir ini dan diharapkan bisa berguna di masa depan.

2) Bagi UIH (Untuk Indonesia Hijau)

Dapat dikenal sebagai UMKM cokelat asal Sulawesi yang memiliki banyak manfaat. Diharapkan dapat memiliki branding yang kuat sehingga konsumen dapat mengingat brand ini dan dapat dikenal diseluruh Indonesia.

3) Orang Lain

Dapat memberikan informasi mengenai para petani dan produk cokelat asal Sulawesi yang memiliki kebunnya sendiri serta meningkatkan *brand awareness* terhadap UMKM UIH agar orang-orang lebih memilih untuk memakan cokelat buatan negeri sendiri.

4) Universitas

Dapat dijadikan sebagai referensi untuk mahasiswa yang ingin mengambil topik yang sama terutama untuk mahasiswa Desain Komunikasi Visual dan memberikan wawasan atau *insight* baru mengenai cokelat di Indonesia.

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