

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor bisnis yang mencakupi berbagai bidang usaha dan memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Ina Primiana, 2012: 168). Berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dikategorikan berdasarkan jumlah kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunannya. Usaha mikro sendiri merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha dengan aset bersih maksimal Rp 50.000.000,00 dan pendapatan tahunan yang tidak lebih dari Rp300.000.000,00. Selanjutnya, usaha kecil merupakan usaha mandiri dengan kekayaan bersih sekitar Rp 50.000.000,00 hingga mencapai Rp 500.000.000,00, serta *omset* tahunan sebesar Rp 300.000.000,00 hingga Rp 2.500.000.000,00. Sementara itu, usaha menengah mencakup usaha ekonomi yang berdiri secara sendiri dengan aset bersih antara Rp 500.000.000,00 hingga Rp 10.000.000.000,00 dan pendapatan tahunan berkisar Rp 2.500.000.000,00 mencapai Rp 50.000.000.000,00. Pengelompokan ini bertujuan untuk memberikan batasan dan pemberian dukungan yang jelas bagi pelaku UMKM di Indonesia.

UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia dengan menawarkan produk lokal yang terjangkau dan disenangi oleh banyak orang. Selain itu, UMKM juga membuka peluang kerja bagi masyarakat, sehingga dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran. Namun, dibalik manfaatnya, UMKM juga dapat menghadapi beberapa tantangan, salah satunya adalah keterbatasan keterampilan sumber daya manusia. Hal tersebut menyebabkan beberapa aspek usaha kurang diperhatikan, sehingga menghambat perkembangan UMKM secara maksimal. Kendala yang telah disebutkan juga dialami oleh UMKM di desa yang menjadi bagian dari program MBKM, yang dikoordinasikan oleh Edo.

Salah satu contoh implementasinya adalah kerja sama dengan UMKMs Risol Umai di Kelurahan Mekar Bakti, Kecamatan Panongan, Tangerang, di mana mahasiswa berperan dalam meningkatkan strategi pemasaran, inovasi desain produk, serta manajemen usaha agar lebih efektif dan berkembang.

Dari wawancara yang sudah dilakukan penulis dengan pemilik UMKM, Risol Umai merupakan UMKM yang berdiri sejak tahun 2022 di kelurahan/desa Mekar Bakti, Tangerang, tepatnya di perumahan Graha Lestari. Nama *Umai*, yang berarti “lezat” dalam bahasan Jepang, diberikan oleh anak pemilik usaha UMKM yang bernama Hj. Novia Andriyana atau biasanya dipanggil Novia. Usaha ini lahir pasca-pandemi *Covid-19* sebagai aktivitas produktif, dengan risol berbagai varian seperti smoke *beef*, telur, dan sosis, yang digemari oleh ibu-ibu dan anak-anak sekitar.

Dalam era digital saat ini, strategi pemasaran *online* menjadi salah satu faktor krusial dalam meningkatkan daya saing UMKM. Menurut laporan Bank Indonesia tahun 2024, UMKM yang telah menerapkan teknologi digital mampu meningkatkan penjuaanannya hingga 30% dengan memanfaatkan *platform e-commerce* dan media sosial. Namun, Risol Umai menghadapi kendala dalam mempromosikan produknya. Hingga kini, promosi yang dilakukan “Risol Umai” hanya mengandalkan *word of mouth* dan *Whatsapp Status*, sehingga jangkauan target audiens terbatas. Penggunaan *Instagram* pernah dipakai, tetapi dihentikan karena kesulitan dalam pengelolaan media sosial tersebut, membuat usaha ini belum berkembang secara maksimal.

Melihat permasalahan dan latar belakang yang telah diuraikan di atas, judul yang dipilih penulis adalah *Perancangan Media Promosi Pada UMKM Risol Umai Desa Mekar Bakti*. Kurangnya pemasaran secara digital menyebabkan usaha ini belum dikenal luas oleh calon konsumen serta membatasi jembatan promosi. Oleh karena itu, guna meningkatkan *brand awarness*, penulis mengusulkan untuk merancang media promosi cetak seperti, kartu nama. Media promosi digital seperti, aset foto produk proper dan *feeds instagram* yang lebih efektif dan menarik bagi UMKM Risol Umai.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis menemukan beberapa masalah seperti berikut:

1. Penjualan produk Risol Umai hanya menjangkau Desa Mekar Bakti sehingga membatasi jangkauan calon pelanggan
2. UMKM Risol Umai belum bisa mengoptimalkan penggunaan pemasaran digital sehingga jangkauan pasar terbatas

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, penulis merumuskan pertanyaan utama dalam rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan media promosi UMKM Risol Umai Desa Mekar Bakti?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Dalam perancangan laporan cluster MBKM Proyek Desa untuk UMKM Risol Umai, akan ditetapkan batasan yang ditetapkan agar perancangan lebih terarah dan efektif. Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan terhadap pemilik UMKM Risol Umai, Berikut merupakan batasan masalah meliputi demografis, geografis dan psikografis konsumen yang relevan dengan perkembangan UMKM Risol Umai:

1.3.1 Demografis

- 1) Usia:
 - a. Primer: 18 – 23 tahun
 - b. Sekunder: 35 – 55 tahun
- 2) Jenis Kelamin: Perempuan dan Laki-laki
- 3) Pendidikan: Sekolah Dasar (SD) – Sarjana
- 4) Pekerjaan: Semua pekerjaan
- 5) Kelas Ekonomi: SES B - C
- 6) Agama: Semua agama
- 7) Suku: Semua Suku
- 8) Bahasa yang Digunakan: Bahasa Indonesia

1.3.2 Geografis

- 1) Negara: Indonesia
- 2) Iklim: Tropis
- 3) Provinsi: Banten
- 4) Kecamatan: Cikupa
- 5) Desa: Panongan

1.3.3 Psikografis

- 1) Masyarakat yang menyukai makanan ringan praktis dan terjangkau
- 2) Masyarakat yang cenderung mencari cemilan untuk menemani aktivitas
- 3) Masyarakat yang menyukai jajanan yang dapat dikonsumsi di tempat atau dibawa pulang.

1.3 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Dalam melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa, mahasiswa berkontribusi secara langsung dengan menerapkan ilmu dan keterampilan yang dimiliki guna membantu UMKM dalam membangun citra yang lebih mapan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Tujuan dari proyek ini meliputi:

- 1) Merancang media promosi yang efektif dari UMKM Risol Umai Desa Mekar Bakti guna meningkatkan kesadaran masyarakat tentang eksistensi cemilan rumahan yang berkualitas.
- 2) Memanfaatkan elemen visual yang menarik dan informatif guna memperluas pasar bagi produk Risol Umai di luar wilayah pemasaran saat ini yakni Desa Mekar Bakti.
- 3) Mengembangkan media promosi yang ada secara efektif meningkatkan daya saing produk di pasar.
- 4) Memberikan konten edukatif yang disajikan pada sosial media Risol Umai, khususnya terkait proses pembuatan, tips menjaga kualitas produk, serta kegiatan UMKM Risol Umai.

1.4 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Dalam pelaksanaan program MBKM Cluster Proyek Desa memberikan berbagai manfaat dalam pengembangan diri mahasiswa, tetapi juga kemajuan Desa Mekar Bakti. Program ini membantu mahasiswa untuk terlibat langsung dengan berbagai aspek pengembangan desa. Berikut adalah beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari partisipasi dalam program ini:

1. Bagi Penulis.
 - a) Memperluas wawasan dan pengalaman dalam mendukung pengembangan UMKM Desa Mekar Bakti;
 - b) Meningkatkan pemahaman tentang perancangan desain visual yang efektif untuk UMKM lokal;
 - c) Mengasah keterampilan dalam memecahkan masalah serta bekerja secara kolaboratif dalam tim;
 - d) Meningkatkan kepedulian sosial melalui berkomunikasi secara aktif dengan pemilik UMKM;
 - e) Membangun jaringan relasi yang lebih luas antara mahasiswa, penduduk desa serta sesama partisipan program
2. Bagi Orang Lain.
 - a) Menyediakan Solusi atas permasalahan desain visual yang dihadapi oleh UMKM Risol Umai dan Desa Mekar Bakti;
 - b) Mendukung peningkatan pendapatan serta kesejahteraan UMKM dan Masyarakat desa melalui pembaharuan konsep desain dan metode pemasaran;
 - c) Memperluas wawasan pembahca mengenai proses perancangan media promosi untuk UMKM dan Desa Mekar Bakti;
3. Bagi Universitas.
 - a) Menjadikan jembatan dalam membangun kerja sama yang lebih erat antara Universitas Multimedia Nusantara dan Desa Mekar Bakti;
 - b) Memberikan pemahaman lebih jelas bagi mahasiswa yang tertarik mengikuti MBKM Cluster Proyek Desa;

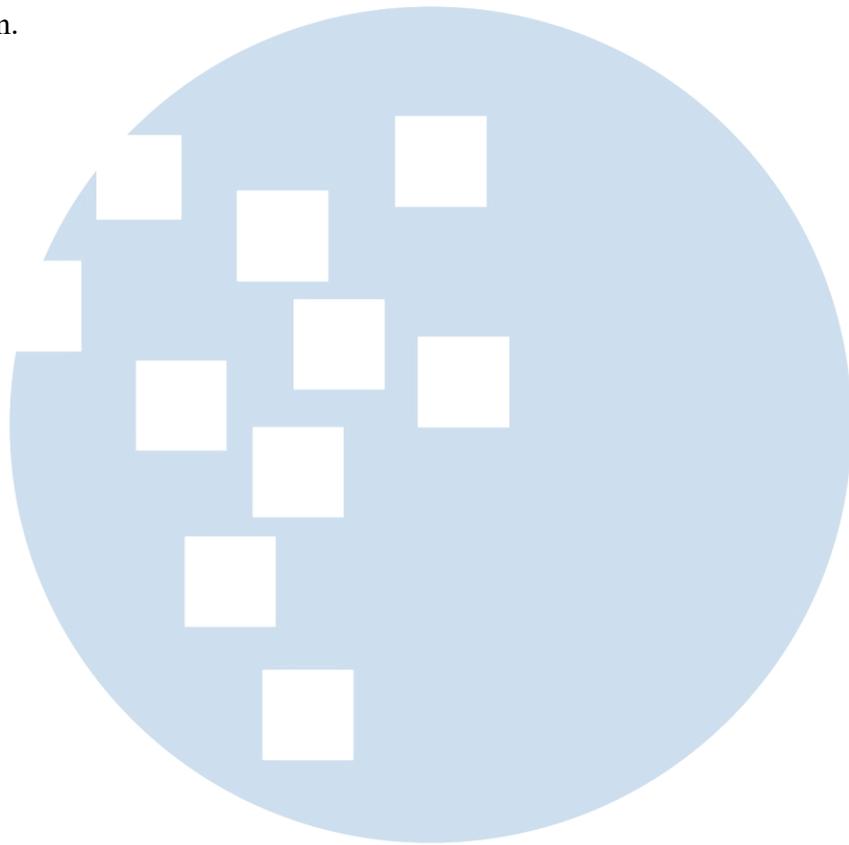
- c) Menghasilkan lulusan yang kompeten dalam menyelesaikan permasalahan Masyarakat serta siap menghadapi dunia kerja

1.5 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Mahasiswa DKV UMN di semester 6 wajib memilih salah satu dari 4 cluster dalam program Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM), termasuk Cluster Proyek Desa. Dalam 1 semester, program ini berlangsung selama 20-21 minggu dengan total beban 20 SKS, setara dengan 800 jam kerja. Sebelum memilih Cluster MBKM mahasiswa wajib mengikuti bimbingan akademik dan melakukan PRA-KRS sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Kemudian, pada tanggal 1 November seluruh mahasiswa angkatan 2022 menghadiri Sosialisasi dan Pembekalan MBKM di UMN sebelum dibukanya pendaftaran. Setelah itu, pengisian Form Registrasi Cluster MBKM yang dilaksanakan dari tanggal 4 November - 6 Desember 2024, disusul dengan pengumuman hasil seleksi pada tanggal 23 Desember 2024 yang dikirimkan ke *e-mail* mahasiswa. Lalu, di tanggal 22 Januari 2025 mahasiswa akan melaksanakan *briefing* Cluster MBKM secara *online* melalui *Zoom meeting*. Pelaksanaan MBKM Proyek desa secara resmi dimulai dan berjalan pada tanggal 3 Februari 2025. Evaluasi tahap satu dan dua akan dilakukan pada tanggal 24 – 28 Maret 2025 dan 19 Mei – 23 Mei 2025. Program MBKM Cluster Proyek Desa ditutup dengan adanya sidang evaluasi pada tanggal 11 - 12 Juni 2025. Ditutup dengan adanya revisi dan pengesahan Laporan Akhir (Final) Sidang Cluster MBKM sampai dengan mengumpulkan laporan ke dalam *website* kampus merdeka yang akan dilakukan pada tanggal 24 – 25 Juni 2025.

Mahasiswa yang mengikuti Cluster MBKM Proyek Desa bekerja dalam kelompok kecil berisikan 4 orang. Relatifnya 2 orang peminatan *Interactive Design* dan 2 dari *Brand Design*, dengan adanya bimbingan dari dosen internal UMN serta eksternal yang berasal dari pihak UMKM. Selama program Cluster MBKM Proyek Desa kelompok akan secara rutin mengunjungi UMKM yang terpilih untuk mengumpulkan data guna mencari solusi atas permasalahan desain yang terdapat pada pilar DKV. Setiap kelompok diwajibkan untuk melakukan bimbingan bersama

dosen internal sebanyak 8 kali agar MBKM berjalan dengan lancar dan sesuai harapan.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA