

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian Indonesia, sebagaimana diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008. Berdasarkan Undang-Undang tersebut, usaha ini didefinisikan sebagai kegiatan produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sesuai ketentuan dalam undang-undang tersebut. Pada tahun 2022, terdapat 1.592.318 UMKM di Indonesia yang bergerak di bidang kuliner (Ahadiat, 2022). Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa sektor UMKM juga berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi angka pengangguran. Agar tetap berkembang, UMKM sangat memerlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat agar dapat bertahan secara berkelanjutan.

Di Tangerang sendiri, terdapat banyak organisasi yang mengajak para UMKM agar mereka bisa semakin berkembang dalam segi ekonomi. Salah satu dari organisasi tersebut adalah Pokdarwis Medang. Pokdarwis Medang berlokasi di Kelurahan Medang, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang. Salah satu UMKM di sektor makanan yang didampingi oleh Pokdarwis Medang adalah Warung Gudeg Jogja Mas Damar. Warung Gudeg Jogja Mas Damar adalah sebuah usaha keluarga yang dilakukan secara turun temurun, dan sekarang dikelola oleh Pak Siswanto. Warung Gudeg Jogja Mas Damar menyediakan makanan khas Yogyakarta yaitu gudeg serta lauk lainnya seperti krecek, opor ayam, tahu tempe bacem, perkedel, dan lainnya. Awalnya Warung Gudeg Jogja memiliki 2 cabang yang berlokasi di *foodcourt* Medang dan di dekat stasiun serpong. Namun sedang ada renovasi di *foodcourt* Medang sehingga Warung Gudeg Jogja harus menutup cabang tersebut. Pak Siswanto sendiri ingin agar Warung Gudeg Jogja bisa

memperluas target pemasarannya ke orang-orang yang tinggal atau bekerja di daerah BSD sehingga dibutuhkan perancangan beberapa produk desain yang bisa membantu meningkatkan penjualan gudegnya.

Berdasarkan observasi di Warung Gudeg Mas Damar, ditemukan beberapa permasalahan yang menghambat perkembangannya, terutama keterbatasan modal dan kurangnya kemampuan dalam pembuatan media promosi. Hasil wawancara dengan pemilik Warung Gudeg Jogja Mas Damar, Pak Siswanto, menunjukkan bahwa ia ingin memperluas target pasar ke warga BSD dan generasi muda. Namun, kondisi saat ini masih belum mendukung bahkan sangat berbanding terbalik dengan apa yang diinginkan oleh Pak Sis. Sejauh ini, Warung Gudeg Jogja Mas Damar hanya memiliki akun *Instagram* dengan satu unggahan berupa foto dari gudeg yang dijual dan belum memiliki strategi promosi yang efektif. Desain sosial media mereka juga belum memiliki identitas visual yang jelas padahal desain media sosial yang menarik dapat meningkatkan daya tarik serta mendukung penjualan. Selain membantu Warung Gudeg Jogja Mas Damar dalam pengelolaan media sosial, penulis juga bertanggung jawab dalam pembuatan aset ilustrasi untuk UMKM Satou Cookies. Ilustrasi yang menarik dan konsisten akan memperkuat identitas visual merek, sehingga dapat meningkatkan daya saing di pasar.

Sebuah desain media sosial dan media promosi lainnya sangat dibutuhkan untuk meningkatkan penjualan. Desain pada media promosi dapat membantu membuat sebuah *brand* yang kuat dan juga bisa meningkatkan kesadaran konsumen terhadap brand tersebut (Popovic, 2024). Agar bisa menjadi lebih unggul dibanding kompetitornya, Warung Gudeg Jogja Mas Damar memerlukan sebuah desain media promosi yang tradisional untuk mencerminkan *brand* namun harus tetap memiliki gaya visual yang modern sehingga dapat menarik perhatian generasi muda. Oleh karena itu, salah satu solusi yang dapat diusulkan adalah merancang ulang media promosi dari UMKM Warung Gudeg Jogja Mas Damar sebagai fokus utama dalam penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis merumuskan permasalahan yang ditemukan sebagai berikut:

1. Masih belum ada kurangnya kemampuan dalam membuat media promosi yang menarik dan sesuai dengan target audiens dari UMKM
2. Wadah media informasi dan promosi terkait UMKM untuk target audiens masih belum tersedia

Oleh karena itu, penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut:

Rumusan masalah dari perancangan ini adalah “Bagaimana Perancangan Media Promosi untuk UMKM Warung Gudeg Jogja Mas Damar?”.

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

1.3.1. Segmentasi UMKM Warung Gudeg Jogja Mas Damar

1. Segmentasi Geografis

- a. Kota/Kabupaten : Tangerang
- b. Provinsi : Banten

2. Segmentasi Demografis

- a. Usia : 40 - 55 Tahun
- b. Jenis Kelamin : Perempuan dan Laki-laki
- c. Tingkat Pendidikan : SMA — S1
- d. Pekerjaan : Semua pekerjaan
- e. Kelas Ekonomi : SES B — A

3. Segmentasi Psikografis

- a. Sikap/Attitude : Sederhana, ramah, praktis,
- b. Gaya Hidup : Peminat gudeg dan makanan tradisional
- c. Hobi : Suka wisata kuliner, suka mencoba hal baru

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Maksud dan Tujuan dari pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa adalah sebagai berikut:

1. Membantu UMKM Warung Gudeg Jogja Mas Damar di Kelurahan Medang dalam meningkatkan visibilitas dan citra merek melalui identitas visual yang kuat, sehingga lebih menarik bagi target pasar.
2. Membuka peluang bagi UMKM Warung Gudeg Jogja Mas Damar untuk bersaing di pasar yang lebih luas dengan mengoptimalkan identitas visual serta pemanfaatan media informasi yang efektif, inovatif, dan tepat sasaran.
3. Sebagai salah satu syarat kelulusan program sarjana di Universitas Multimedia Nusantara, proyek desa merupakan bagian dari program MBKM yang wajib diikuti oleh mahasiswa semester 6. Kegiatan ini setara dengan 800 jam kerja atau sekitar 20-21 minggu dalam satu semester.
4. Mengembangkan serta menerapkan keterampilan *hardskill* dan *softskill* mahasiswa dalam membangun identitas merek, strategi pemasaran, serta media informasi bagi UMKM desa sesuai dengan bidang keahlian masing-masing.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Melalui program MBKM Proyek Desa memberi manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Bagi Penulis.
Dapat mengaplikasikan ilmu yang didapatkan selama berkuliah dan mendapat pengalaman dalam merancang media promosi bagi Warung Gudeg Jogja Mas Damar dan asset ilustrasi bagi Satou Cookies. Adapun mendapatkan ilmu dalam proses pemecahan masalah desain yang akan digunakan di dalam dunia profesional.
2. Bagi Orang Lain.
Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya perancangan dan penerapan identitas visual bagi UMKM, sekaligus memperoleh wawasan mengenai strategi desain untuk UMKM serta mengenal makanan tradisional gudeg.

3. Bagi Universitas.

Dapat mendapatkan arsip akademik dan menjalin kerjasama yang baik dengan Pokdarwis tujuan.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Program MBKM Cluster Proyek Desa merupakan kolaborasi antara Program Studi DKV dan LPPM Universitas Multimedia Nusantara dengan bobot 15 SKS, setara dengan 800 jam kerja atau 20-21 minggu dalam satu semester. Program ini diawali dengan sosialisasi pada 1 November 2024, diikuti oleh seluruh peserta MBKM. Setelah sosialisasi, peserta melanjutkan ke tahap registrasi di website merdeka.umn.ac.id untuk mengaktifkan akun. Setelah akun aktif, peserta dapat mengunduh MBKM 01 yang berisi cover letter atau surat pengantar MBKM. Selanjutnya, mereka melengkapi complete registration untuk memperoleh MBKM 02. KRS semester genap dilakukan pada... lalu dilanjutkan dengan *briefing online* melalui Zoom yang diikuti oleh seluruh peserta untuk membahas detail pelaksanaan program pada tanggal 22 Januari 2025. Tahap registrasi MBKM proyek desa dilakukan pada 22 Januari 2025 hingga 31 Januari 2025.

Program Cluster MBKM Proyek Desa resmi dimulai pada 3 Februari 2025, dengan jam kerja 9 jam per hari selama hari kerja (*weekdays*). Untuk mencapai target minimal 640 jam kerja, peserta wajib mengisi supervisor daily task setiap hari. Selain itu, peserta juga diwajibkan mengadakan bimbingan dengan dosen internal minimal 8 kali per semester, dengan total waktu bimbingan minimal 207 jam. Evaluasi 1 Cluster MBKM dijadwalkan pada 24 – 28 Maret 2025 dilanjutkan dengan Evaluasi 2 pada 19 - 23 Mei 2025. Setelah itu, pendaftaran sidang akhir Cluster MBKM dibuka pada 4 Juni 2025, dan sidang akhir akan dilaksanakan pada 11 - 12 Juni 2025. Setelah sidang selesai, laporan final harus dikumpulkan pada 25 Juni 2025. Program ini bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis dalam proyek desa, sekaligus mengasah keterampilan dan kompetensi mahasiswa sesuai dengan kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).