

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa**

Menurut Peraturan Mendikbud No. 3 tahun 2020, MBKM atau Merdeka Belajar Kampus Merdeka adalah sebuah aktivitas kampus yang diciptakan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) untuk membantu mahasiswa dalam menerima pengalaman lapangan langsung dari masyarakat dan menjadi kontribusi bagi masyarakat. Mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara mendapatkan kesempatan untuk melaksanakan program ini dan dibagi menjadi 4 kluster MBKM. Penulis dan kelompok telah memilih untuk melakukan kluster proyek desa yang bertugas untuk membantu UMKM di suatu desa untuk berkembang secara visual.

UMKM merupakan salah satu upaya negara dalam meningkatkan keadaan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan UU no.20 tahun 2008, definisi UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorang dengan 3 kekayaan bersih dan hasil penjualan yang berbeda. Pertama, usaha mikro dengan kekayaan bersih paling banyak sebesar Rp 50.000.000,00 dan hasil penjualan sebesar Rp 300.000.000,00. Kemudian, usaha kecil dengan kekayaan bersih sekitar Rp 50.000.000,00 hingga Rp 500.000.000,00 dan hasil penjualan sebesar Rp 300.000.000,00 hingga Rp 2.500.000.000,00. Terakhir, usaha menengah dengan kekayaan bersih sebesar Rp 500.000.000,00 hingga Rp 10.000.000.000,00 dan hasil penjualan sebesar Rp 2.500.000.000,00 hingga Rp 50.000.000.000,00.

Pada tahun 2024, Data Kementerian Koperasi dan UKM mencatat lebih dari 65 juta pelaku UMKM di Indonesia, termasuk UMKM pisang goreng coklat lumer yang tercipta pada awal tahun 2024 dan terletak di Desa Curug Sangerang yang berada di Serpong. UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer diciptakan karena adanya potensi pada pasar pisang goreng yang sedang viral di masa itu. Waktu usaha yang relatif panjang juga menciptakan target pasar yang luas. Namun adanya

usaha kuliner yang berbeda di lingkungan usaha UMKM menciptakan persaingan pasar yang besar sehingga UMKM harus memiliki keunikan tersendiri yang membedakan usaha ini dengan usaha lainnya.

UMKM ini memiliki potensi untuk mengembangkan usahanya, namun minimnya upaya untuk menarik pasar dari jangkauan daerah yang lebih luas menciptakan keadaan dimana UMKM pun menjadi sulit untuk berkembang. Salah satu faktor yang menghambat perkembangan potensi tersebut yaitu tidak adanya media promosi yang menggunakan strategi komunikasi visual yang efektif sehingga ketertarikan potensi target pun berkurang. Pada era persaingan bisnis yang ketat ini, sebuah usaha pemasaran yang dapat mempengaruhi target dalam membeli produk usaha sangat diperlukan (Sarastuti, 2017). Adanya strategi pemasaran yang efektif meningkatkan *brand awareness* dari sebuah usaha karena menggunakan penyampaian pesan melalui gambar yang mudah dipahami oleh konsumen (Irwanto & Kristiana, 2022). Hal ini dapat meningkatkan peluang pembelian produk.

Usaha ini tidak memiliki media promosi yang dapat menarik perhatian masyarakat. *Banner* yang digunakan untuk gerobak usaha ini diciptakan dengan jasa desain lain seharga Rp 250.000,00. Namun desain yang diciptakan tidak sesuai dengan harga karena tidak terdapat penekanan pada poin yang penting dan penggunaan visual yang kurang baik. Hal ini mengakibatkan pengurangan minat target pasar dalam membeli produk usaha. Selain *banner*, UMKM ini tidak memiliki media promosi lain menjadi kurang dikenal oleh pasar konsumen.

Melalui latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulkan dibutuhkan penciptaan media promosi bagi UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer agar potensi UMKM dapat berkembang dengan maksimal. Untuk itu, penulis mengajukan laporan dengan judul '*Perancangan Media Promosi UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer Curug Sangerang*'. Penulis akan melakukan analisa terhadap UMKM dan desa tempat penjualannya untuk menciptakan desain visual yang cocok dan sesuai dengan kebutuhan dari UMKM.

## 1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Jangkauan pasar UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer terbatas di dalam Desa Curug Sangerang (Sari, 2025).
2. UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer tidak memiliki media promosi sehingga perkembangan usaha menjadi sulit.

Dari idenfitikasi tersebut masalah tersebut, penulis merumuskan sebuah pertanyaan rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana perancangan media promosi UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer Curug Sangerang?

## 1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Penulis menciptakan batasan yang digunakan untuk memastikan penelitian tetap berlangsung secara efisien dan tidak menyimpang dari tujuan utama. Berikut batasan yang telah diciptakan oleh penulis:

### 1.3.1 Demografis

1. Usia:
  - a. Primer: 17 – 25 tahun
  - b. Sekunder: 35 – 55 tahun
2. Jenis Kelamin:
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Pendidikan: SD - Sarjana
4. Pekerjaan: Semua pekerjaan
5. Kelas Ekonomi: SES B-C (Tingkat SES diambil berdasarkan Lembaga Talenta Data Indonesia)
6. Agama: Semua agama
7. Suku: Semua suku
8. Bahasa: Indonesia

### **1.3.2 Geografis**

1. Negara: Indonesia
2. Iklim: Tropis
3. Provinsi: Banten
4. Kecamatan: Kelapa Dua
5. Desa: Curug Sangerang

### **1.3.3 Psikografis**

1. Masyarakat yang menyukai makanan manis.
2. Masyarakat yang menyukai makanan praktis.
3. Masyarakat yang menyukai jajanan dengan harga terjangkau

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

Melalui MBKM cluster proyek desa, penulis mengharapkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Melakukan perancangan strategi promosi untuk UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer.
2. Menciptakan elemen visual yang meningkatkan daya Tarik UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer.

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

Dalam melaksanakan MBKM cluster proyek desa, penulis akan menciptakan bentuk kerja yang nyata. Melalui hasil kerja tersebut, tercipta beberapa manfaat yang dapat dirasakan pihak sebagai berikut:

### **1. Bagi Penulis.**

- a. Menciptakan kesempatan untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif dalam menyelesaikan masalah desain.
- b. Meningkatkan pemahaman dan perspektif yang lebih kreatif dalam menerapkan teori desain untuk menciptakan karya visual bagi brand.
- c. Meningkatkan keterampilan dalam menganalisa dan menuliskan karya ilmiah yang terstruktur.

- d. Membangun kemampuan berkomunikasi dan bekerja sama dengan individu lain.
- e. Meningkatkan rasa empati dan kepekaan bagi masalah sosial di dalam masyarakat.

**2. Bagi Orang Lain.**

- a. Membantu penyelesaian masalah desain pemilik UMKM dengan karya visual yang diciptakan oleh penulis.
- b. Membantu peningkatan potensi penjualan UMKM melalui inovasi yang telah diciptakan.
- c. Meningkatkan wawasan pembaca mengenai implementasi solusi desain di dalam penyelesaian masalah sosial.

**3. Bagi Universitas.**

- a. Membantu meningkatkan reputasi Universitas Multimedia Nusantara dengan adanya kontribusi terhadap masyarakat.
- b. Menciptakan referensi bagi mahasiswa baru dalam mengetahui kegiatan dan hasil karya dari MBKM Cluster Proyek Desa.

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

MBKM adalah mata kuliah dengan bobot 20 SKS yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa DKV pada semester 6. Mahasiswa akan diminta untuk melakukan kegiatan yang akan dihitung di dalam sekitar 640 jam kerja di dalam 18-20 minggu di semester 6 perkuliahan mahasiswa DKV. Sebelum melakukan MBKM, mahasiswa telah menjalani sosialisasi dan pembekalan MBKM pada tanggal 1 November 2024. Setelah mengikuti pembekalan, mahasiswa akan diminta untuk mengisi form MBKM di dalam jangka waktu 4 – 6 November 2024.

Kemudian pada tanggal 23 December 2024, mahasiswa mendapatkan e-mail yang berisi hasil seleksi dari form MBKM. Persiapan MBKM berakhir pada tanggal 22 Januari 2025 ketika seluruh mahasiswa angkatan 2022 diminta untuk mengikuti *zoom meeting* yang digunakan untuk melakukan pengarahan terhadap pelaksana MBKM. Setelah melakukan hal tersebut, mahasiswa memulai kegiatan mereka

pada tanggal 3 Februari 2025. Perkembangan kegiatan MBKM akan dinilai pada evaluasi tahap 1 yang dilaksanakan pada tanggal 24 – 27 Maret 2025.

Setelah melakukan evaluasi 1, mahasiswa dapat kembali melanjutkan kegiatan MBKM Proyek Desa dengan mulai menciptakan desain media. Perancangan desain tidak meliputi semua media, namun hanya media yang telah didiskusikan dan disepakati oleh UMKM yang menjadi *partner* kerja sama mahasiswa. Kegiatan perancangan dan asistensi desain dilakukan hingga tanggal 23 Mei 2025.

Kegiatan desain juga dilakukan bersamaan dengan evaluasi tahap 2 yang dilaksanakan pada tanggal 19 – 23 Mei 2025. Pada tahap evaluasi ini, laporan MBKM proyek desa dan desain media harus telah diselesaikan. Selain itu, tahap evaluasi ini juga menandakan akhir dari 640 jam kerja yang telah dilakukan dari bulan Februari. Kegiatan terakhir yang akan dilakukan mahasiswa pada MBKM Proyek Desa adalah melakukan sidang MBKM yang akan diadakan pada tanggal 11 – 12 Juni 2025.

