

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan buku Kewirausahaan UMKM di Era Digital (Sudrartono et al., 2022), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Selain menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi, UMKM juga terbukti tangguh selama krisis, seperti krisis moneter 1997-1999 ketika bisnis ini tidak hanya bertahan, tetapi bahkan berkembang. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), 99,9% dari total 56.539.560 unit bisnis di Indonesia selama tahun 1997-1998 diklasifikasikan sebagai UMKM. Angka ini menunjukkan betapa kuatnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional. Adapun sebuah organisasi yang menjadi wadah dari berbagai UMKM di Kelurahan Medang, Tangerang yakni Pokdarwis Medang. Berasal dari singkatan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), organisasi ini sudah mulai beroperasi sejak tahun 2023.

Masyarakat Medang sadar akan potensi akan pariwisata yang mampu mendorong perekonomian melalui UMKM. Tiga diantaranya yakni UMKM Dimsum Tahniah, Nana Cake & Cookies, dan Lafini. Dimsum Tahniah merupakan salah satu UMKM yang berlokasi di Medang Lestari dengan fokus pada bidang *FnB (Food and Beverage)*. Dimsum Tahniah menyediakan dimsum dengan dua varian rasa yakni *original* dan *mentai*. Selain itu, Dimsum Tahniah juga menyediakan susu kedelai hangat maupun dingin. Berdasarkan pernyataan pemilik UMKM, Dimsum Tahniah ditujukan kepada kalangan mahasiswa hingga karyawan dengan kelas ekonomi menengah. Maka dari itu, produknya ditawarkan mulai dari harga Rp5.000 hingga Rp25.000.

Berdasarkan hasil observasi terhadap UMKM Dimsum Tahniah, penulis menemukan permasalahan desain terutama pada branding yakni ketiadaan logo dan identitas visual yang kuat. Hal ini menjadikan Dimsum Tahniah terlihat sama dengan

usaha yang lain dikarenakan tidak adanya elemen pembeda yang kuat di mata konsumen sehingga sulit untuk dikenali oleh masyarakat luas terutama masyarakat Medang. Selain itu, penulis juga menemukan bahwa penggunaan elemen visual dalam berbagai media promosi juga tidak konsisten seperti spanduk besar yang digunakan terlihat menampilkan desain *template* umum yang tidak mempresentasikan suatu *brand*.

Sementara itu pada spanduk yang lebih kecil ukurannya, tidak ditemukan suatu desain hanya keterangan menu produk yang dijual saja. Dengan begitu, citra merek dari Dimsum Tahnia menjadi lemah secara keseluruhan. Namun dengan adanya branding, suatu produk dari sebuah *brand* menjadi lebih mudah untuk dikenali bahkan diingat oleh masyarakat. Hal tersebut menandakan bahwa suatu branding mampu menjadi sebuah pembeda antara merek satu dengan yang lainnya (Darmawanto, 2019). Permasalahan yang serupa juga ditemukan pada UMKM Nana Cake & Cookies dan Lafini. Maka dari itu, diperlukan perancangan identitas visual yang dapat mencakup elemen-elemen dasar seperti logo, palet warna serta tipografi untuk ketiga UMKM tersebut sebagai langkah untuk meningkatkan *brand awareness* dan juga *brand association*, terutama di kalangan masyarakat Medang.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana Perancangan Identitas Visual UMKM Dimsum Tahnia, Nana Cake & Cookies, dan Lafini?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, penulis menentukan batasan masalah dalam merancang identitas visual yang efektif bagi UMKM Dimsum Tahnia di Kelurahan Medang dengan didasari oleh segmentasi sebagai berikut:

1.3.1 Demografis

- a. Usia : 18 – 24 tahun
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

- c. Pekerjaan : Mahasiswa dan karyawan
- d. Kelas Ekonomi : SES B

1.3.2 Geografis

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

1.3.3 Psikografis

- a. Sikap : Praktis dan modern
- b. Gaya Hidup : Menyukai makanan ringan, pengguna sosial media secara aktif dan memiliki kesibukan dan jadwal yang cukup padat

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Maksud dari dilaksanakannya program MBKM Cluster Proyek Desa ini adalah sebagai syarat untuk menyelesaikan perkuliahan di semester 6. Penulis memiliki tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan *brand association* dengan merancang identitas visual yang kuat serta konsisten yang menjadikan *brand* UMKM Dimsum Tahnia, Nana Cake & Cookies, dan Lafini mampu bertahan meskipun kondisi persaingan di pasar ketat.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Dengan solusi desain yang telah disampaikan melalui perancangan karya ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berwenang.

1. Bagi Penulis

Melalui perancangan ini, penulis mendapatkan pengalaman, pemahaman serta kemampuan baru dalam penerapan ilmu desain komunikasi visual guna meningkatkan identitas visual yang kuat terhadap UMKM di Pokdarwis Medang.

2. Bagi Orang Lain

Melalui proyek ini, UMKM Dimsum Tahnia, Nana Cake & Cookies, dan Lafini memiliki identitas visual yang kuat dan lebih konsisten sehingga penduduk Desa Medang hingga masyarakat luas dapat

mengenali ketiga UMKM dengan lebih mudah. Selain itu, perancangan ini juga bisa memperluas ilmu seputar desain bagi orang awam.

3. Bagi Universitas

Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat memiliki peran dalam pengembangan ilmu di bidang Desain Komunikasi Visual yang juga mampu meningkatkan cakupan referensi akademik bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan perancangan dengan topik identitas visual.

1.6 Waktu Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

MBKM Cluster Proyek Desa merupakan salah satu bagian dari program pembelajaran yang dilaksanakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Multimedia Nusantara yang mengikutsertakan mahasiswa semester 6 sebagai salah satu bentuk pengabdian terhadap desa di lingkungan sekitar. Pelaksanaan program MBKM Cluster Proyek Desa ini berbobot 15 SKS atau sama dengan 640 jam kerja untuk Supervisor *daily task* dan 207 jam kerja untuk Advisor *daily task*, setara 20 minggu dalam 1 semester. Secara keseluruhan, proyek MBKM ini terbagi menjadi 4 tahapan, yakni Tahap 1: Pre-Activites Cluster MBKM, Tahap 2: Registrasi Cluster MBKM, Tahap 3: Pelaksanaan Cluster MBKM dan Tahap 4: Pasca Cluster MBKM.

Tabel 1.1 *Timeline* Pelaksanaan Cluster MBKM

Alur	Kegiatan	Timeline Cluster MBKM Semester Ganjil 2025																							
		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tahap 1: Pre-Activites Cluster MBKM	Sosialisasi Cluster MBKM (<i>onsite</i>)																								
Tahap 2: Registrasi Cluster MBKM	Registrasi Cluster MBKM (<i>Kampus Merdeka</i>)																								

