

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Pokdarwis Medang merupakan sebuah Kelompok Sadar Wisata yang berperan dalam mengembangkan sektor pariwisata serta mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah tersebut (*Instagram Pokdarwis Medang*, n.d.). Keberadaan Pokdarwis membuka peluang bagi pelaku usaha lokal untuk mengembangkan berbagai jenis bisnis, termasuk di sektor kuliner. Beberapa UMKM yang berada di bawah naungan Pokdarwis Medang adalah Nana Cake & Cookies, Tahnia Dimsum, dan Lafini Cake & Cookies.

UMKM sendiri memiliki peran besar dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, sektor UMKM memberikan kontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Hal tersebut setara dengan Rp9.580 triliun dan mempekerjakan 97% dari total tenaga kerja di Indonesia (www.ekon.go.id, 2023). Namun, seiring dengan perkembangan UMKM yang pesat, banyak UMKM kesulitan memperluas jangkauan produknya. Persaingan pada sektor ini semakin meningkat, terutama dalam aspek pemasaran. Untuk membantu mengatasi tantangan ini, Pokdarwis Desa Medang pun secara rutin mengadakan kegiatan sosial dan bazaar sebagai sarana promosi langsung bagi UMKM lokal. Meski begitu, banyak pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam hal pemasaran, terutama media promosi cetak. Walaupun saat ini semakin bergeser ke ranah digital, media promosi cetak tetap menjadi peran penting dan terbukti efektif dalam menjangkau audiens secara langsung, membangun kesan visual yang kuat, serta mendukung kegiatan promosi di berbagai *event offline bazaar* atau pameran (Pasla, B. N., 2025).

Salah satu UMKM yang aktif mengikuti berbagai *event bazaar* yang diadakan oleh Pokdarwis Medang dan menjadi fokus dalam penelitian ini adalah Nana Cake & Cookies, sebuah usaha rumahan yang menawarkan berbagai aneka kue kering,

kue basah, serta layanan catering untuk kebutuhan rumah tangga ataupun perusahaan. Meskipun Nana Cake & Cookies telah berjalan cukup lama, mereka masih belum memiliki media promosi yang efektif, terutama media promosi cetak yang memadai untuk mendukung kegiatan pemasarannya di lapangan. Tanpa adanya media promosi cetak yang informatif dan menarik, hal ini akan membuat usaha ini kehilangan peluang penting dalam menarik perhatian audiens, terutama saat mengikuti *event offline* seperti *bazaar*. Selain itu, potensi untuk mengenalkan produk secara langsung kepada calon pembeli pun menjadi terbatas dan kurang maksimal.

Melihat kondisi ini, perancangan media promosi cetak yang informatif dan menarik menjadi kebutuhan mendesak bagi Nana Cake & Cookies untuk meningkatkan visibilitas serta daya tariknya di pasar. Media promosi yang tepat dapat membantu UMKM dalam membangun *brand awareness*, menarik perhatian pelanggan baru, serta meningkatkan penjualan. Promosi sendiri berperan penting dalam mengenalkan produk kepada pasar, karena tanpa upaya promosi yang efektif, produk berkualitas tinggi pun sulit untuk dikenal dan diminati pelanggan (Firdaus, 2017). Menurut Tjiptono, promosi merupakan faktor penentu dalam keberhasilan pemasaran karena dapat menarik perhatian pelanggan dan mendorong pembelian, baik melalui media digital maupun non-digital (Tjiptono, 2005). Oleh karena itu, perancangan media promosi yang menarik dan strategis akan membantu Nana Cake & Cookies tidak hanya dalam meningkatkan daya saingnya, tetapi juga membangun identitas visual yang lebih kuat, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, Nana Cake & Cookies menghadapi kendala dalam memperluas jangkauan pasar akibat minimnya strategi pemasaran dan media promosi yang efektif, sehingga usaha ini belum mampu menarik perhatian pelanggan baru secara maksimal. Dengan begitu, maka penulis dapat merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Bagaimana perancangan media promosi yang efektif bagi UMKM Nana Cake & Cookies di Pokdarwis Desa Medang?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis menentukan batasan masalah sebagai berikut:

1.3.1 Demografis

- a. Jenis Kelamin
 - i. Primer : Perempuan
Mayoritas pelanggan adalah ibu rumah tangga yang sering memesan produk untuk keperluan keluarga, acara sosial, atau arisan.
 - ii. Sekunder : Laki-laki
Sebagian pelanggan laki-laki berasal dari kalangan karyawan atau pemilik bisnis yang membutuhkan layanan catering untuk keperluan kantor atau acara tertentu.
- b. Usia : 30 – 40 tahun
- c. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga, Karyawan
- d. Kelas Sosial : SES B
- e. Status Pernikahan : Menikah

1.3.2 Geografis

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

1.3.3 Psikografis

- a. Gaya Hidup
Ibu rumah tangga yang aktif di grup WhatsApp komunitas dan lebih memilih makanan rumahan yang terjangkau untuk kebutuhan keluarga. Selain itu, mereka juga sering mengikuti pameran kuliner dan *bazaar* sebagai sarana untuk menemukan produk makanan lokal yang menarik.

b. Sikap

Menyukai jajanan tradisional, serta terbuka untuk mencoba menu baru selama harganya terjangkau dan mudah diperoleh.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Adapun maksud dan tujuan dari MBKM Cluster Proyek Desa ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan penjualan Nana Cake & Cookies melalui strategi promosi yang lebih efektif.

Dengan adanya perancangan media promosi yang tepat, diharapkan UMKM ini dapat meningkatkan angka penjualan dan memperkuat perekonomiannya.

2. Meningkatkan brand awareness agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Melalui strategi pemasaran yang terarah, diharapkan pelanggan lebih percaya terhadap produk Nana Cake & Cookies, sehingga mendorong repeat order dan membangun citra brand yang lebih kuat.

3. Membantu Nana Cake & Cookies agar lebih kompetitif di tengah persaingan pasar.

Mendukung Nana Cake & Cookies dalam mengembangkan strategi promosi agar UMKM ini menonjol di antara kompetitor dan mampu bersaing dengan usaha sejenis yang lebih berkembang.

4. Menyediakan media promosi yang mendukung pertumbuhan usaha.

Menyesuaikan citra usaha dengan kebutuhan pasar agar lebih relevan, menarik minat pelanggan, serta meningkatkan nilai tambah bagi perkembangan bisnis yang dijalankan.

5. Mengedukasi pelaku UMKM mengenai aspek desain dalam media promosi.

Memberikan edukasi kepada pemilik usaha tentang prinsip-prinsip desain yang efektif. Dengan pemahaman yang baik, pelaku UMKM seperti Nana Cake & Cookies diharapkan dapat membangun tampilan visual yang konsisten dan meningkatkan citra usahanya dalam jangka panjang.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Pelaksanaan program MBKM Cluster Proyek Desa ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik bagi penulis, masyarakat, maupun universitas. Adapun manfaat yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Program ini memberikan kesempatan untuk menambah keterampilan penulis dalam merancang media promosi bagi UMKM. Selain itu, penulis dapat memahami tantangan nyata yang dihadapi UMKM serta mengembangkan solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing usaha.

2. Bagi Orang Lain

Program ini dapat membantu UMKM dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik usahanya melalui media promosi yang lebih efektif. Dengan strategi pemasaran yang tepat, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, serta menginspirasi UMKM lain dalam mengembangkan usaha mereka.

3. Bagi Universitas

Program ini berkontribusi dalam pemberdayaan UMKM dan masyarakat serta memperkuat hubungan universitas dengan lingkungan sekitar. Selain itu, laporan dari perancangan ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi pelaksanaan program MBKM berikutnya.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Tahap awal mencakup akan sosialisasi dan pendaftaran, di mana mahasiswa mengikuti bimbingan akademik dengan dosen pembimbing untuk memahami setiap Cluster MBKM, mengisi Pra-KRS, serta menghadiri sosialisasi secara offline di kampus. Setelah itu, mahasiswa mendaftar melalui *Google Form*, dan hasil seleksi diumumkan via email. Jika diterima, mahasiswa wajib mengisi KRS sesuai dengan cluster yang dipilih. Berikut adalah tahapan alur/ prosedur dan registrasi pelaksanaan Cluster MBKM yang akan dijalankan pada semester ini:



Gambar 1.1 Alur/ Prosedur dan Registrasi Pelaksanaan Cluster MBKM
Sumber: PPT Briefing Cluster MBKM Genap (2025)

Program MBKM Cluster Proyek Desa merupakan kegiatan pembelajaran berbasis proyek yang dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam mendampingi dan mengembangkan potensi desa, khususnya pada sektor UMKM. Program ini memiliki bobot sebesar 20 SKS, yang setara dengan 640 jam kerja untuk mahasiswa, serta 207 jam kerja untuk *supervisor* atau dosen pendamping. Seluruh kegiatan berlangsung selama kurang lebih 18–20 minggu dalam satu semester. Berikut adalah jadwal dan tahapan pelaksanaan Cluster MBKM pada semester ini:

To Do	Keterangan				PELAKSANAAN CLUSTER MBKM	EVALUASI 1 CLUSTER MBKM	PELAKSANAAN CLUSTER MBKM	EVALUASI 2 & SIDANG EVALUASI 2 CLUSTER MBKM
	1	2	3	4				
Counselling Meeting (INT)	1	2	3	4				
Advisor Daily Task (INT)	100 JAM					+ 107 JAM		= 207 JAM
Supervisor Daily Task (EXT)	320 JAM					+ 320 JAM		= 640 JAM

MBKM Pertukaran Pelajar (inbound-outbound) akan menggunakan my.um.ac.id & website universitas mitra

PERKULIAHAN							UTS	PERKULIAHAN							UAS
1	2	3	4	5	6	7		8	9	10	11	12	13	14	

Gambar 1.2 Roadmap Pelaksanaan Cluster MBKM Genap 2024/ 2025
Sumber: PPT Briefing Cluster MBKM Genap (2025)

Pada tahap pelaksanaan, mahasiswa akan bergabung dalam grup komunikasi sesuai dengan cluster untuk mendapatkan informasi lebih lanjut dan diwajibkan melakukan registrasi mandiri di website merdeka UMN. Dalam tahap ini, mahasiswa akan melakukan kunjungan desa yang telah ditentukan, melakukan riset lapangan mengenai kondisi desa dan UMKM lokal, serta menyusun strategi perancangan yang dapat membantu dalam mengembangkan UMKM setempat.

Berikut adalah penjabaran tabel mengenai alur pelaksanaan Cluster MBKM pada semester ini:

Tabel 1.1 Alur Pelaksanaan Cluster MBKM Genap 2024/2025

Kegiatan		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
1	Sosialisasi Cluster MBKM																								
2	Registrasi Cluster MBKM																								
3	Periode Bimbingan Tahap 1 Cluster MBKM																								
4	Evaluasi 1 Cluster MBKM																								
5	Periode Bimbingan Tahap 2 Cluster MBKM																								
6	Bimbingan PRA Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM																								
7	Evaluasi 2 Cluster MBKM																								
8	Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM																								
9	Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM																								

Setelah menyelesaikan semua tahapan tersebut, mahasiswa akan menjalani evaluasi dan sidang akhir. Evaluasi akan dibagi menjadi dua tahap, evaluasi pertama dilakukan untuk menilai laporan hasil riset yang dikerjakan dan evaluasi kedua dilakukan untuk mempresentasikan hasil perancangan yang telah dibuat. Program ini pun akan diakhiri dengan pengumpulan hasil laporan final di website merdeka UMN setelah melakukan revisi mengenai sidang evaluasi 2.

