

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Community and Engagement Program

Professional Skill Enhancement Program (PRO-STEP) merupakan susunan terbaru dari Kurikulum Merdeka Belajar Kampus yang mempersiapkan mahasiswa untuk turun ke lapangan kerja nyata. Salah satu bentuk PRO-STEP yang ditawarkan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) adalah Community and Engagement Program dimana mahasiswa akan bekerja sama dan membantu memberikan solusi kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa-desa tertentu. UMKM diartikan sebagai usaha yang memproduksi barang dan jasa dengan menggunakan bahan baku utama dari sumber daya alam, bakat, dan karya seni tradisional dari daerah setempat (Halim, 2024). Peran UMKM dalam ekonomi masyarakat sangat krusial sebagai penyedia lowongan kerja dan pengembang ekonomi lokal (Lubis & Salsabila, 2024). Hal ini terlihat pada salah satu UMKM di Bakti Jaya, Tangerang bernama DBumbu yang menjual bahan rempah, seperti *black garlic*. Selain rempah-rempahan milik mereka, UMKM ini juga menjual pangan bumbu atau bahan pelengkap masak lainnya, seperti saus sambal dan margarin.

Proses jual beli serta media promosi UMKM DBumbu difokuskan kepada akun *e-commerce* Shopee resmi mereka yang memiliki rata-rata *review* 4.6 serta 79 pengikut. Namun, UMKM ini mengalami masalah dimana penjualan di *e-commerce* Shopee bersifat stagnan dengan jumlah penjualan produk paling tinggi berada di angka 18. Posisi stagnan ini juga memicu permasalahan promosi dimana UMKM DBumbu hanya dapat mengiklankan produk mereka di iklan Shopee untuk menghemat biaya promosi. Permasalahan ini ditunjukkan dengan jumlah *engagement* sebanyak 120% hanya mampu memberikan dampak 18 produk terjual sehingga pemanfaatan iklan tersebut belum signifikan.

Selain itu, terdapat permasalahan lain berupa katalog produk DBumbu yang tidak muncul pada saat mendapatkan hasil pencarian dari *search engine*

Shopee. Kondisi ini menghambat produk Dbumbu diketahui oleh calon target audiens yang mengakibatkan *brand awareness* UMKM menjadi rendah. Selain itu, terdapat permasalahan lain pada media promosi Dbumbu, yaitu belum memiliki desain yang konsisten. Seperti, inkonsistensi pada kualitas *layout* yang belum berorientasi dengan informasi produk, dan implementasi foto produk yang berbeda pada setiap katalog. Desain katalog juga belum menggambarkan identitas UMKM Dbumbu sehingga belum menerapkan strategi promosi yang maksimal.

Hal ini dapat mengakibatkan UMKM DBumbu sulit untuk bersaing dengan kompetitor, khususnya secara daring melalui Shopee. Sementara itu, platform daring merupakan media yang dapat dimanfaatkan oleh penggiat UMKM untuk mempromosikan produknya. Aspek ini penting karena promosi di *e-commerce* maupun di media sosial lain sangat penting bagi UMKM agar dapat menjangkau minat calon pembeli (Dwijayanti et al., 2023, h. 69). Di sisi lain, dominan kompetitor DBumbu sudah memiliki identitas brand yang kuat serta media promosi yang lebih implementatif untuk *e-commerce* maupun di media sosial. Jika dibiarkan, masalah desain ini dapat berdampak negatif pada pendapatan pemilik UMKM atau bahkan tergusur oleh kompetitor. Maka, penulis merancang media promosi yang dapat mendukung UMKM DBumbu menjangkau target audiensnya.

1.2 Batasan Masalah Community and Engagement Program

Berikut adalah beberapa batasan masalah agar pembahasan tidak terlalu luas dan perancangan fokus ke satu arah.

1. Media promosi yang akan dirancang berupa fotografi produk, desain katalog produk Shopee dan *feeds* Instagram.
2. Target penelitian berupa pria dan wanita berusia 23 hingga 28 tahun yang merupakan pemilik usaha FnB.

1.3 Rumusan Masalah Community and Engagement Program

Berdasarkan latar belakang yang telah dirumuskan, berikut adalah masalah yang telah dirumuskan.

1. UMKM DBumbu belum berhasil membangun *brand awareness* akibat belum meraih target audiens yang dituju di *e-commerce* atau media sosial.

2. Desain media promosi milik UMKM belum menunjukkan identitas brand dan kurang strategis dalam memasarkan produk.

Mengacu pernyataan-pernyataan di atas, rumusan masalah dari penelitian adalah bagaimana perancangan media promosi UMKM DBumbu?

1.4 Maksud dan Tujuan Community and Engagement Program

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, berikut adalah maksud dan tujuan dari laporan.

1. Menaikkan *brand awareness* UMKM DBumbu di kalangan masyarakat melalui media promosi.
2. Meningkatkan visual media promosi UMKM DBumbu.
3. Mendukung penjualan UMKM DBumbu selagi bersaing dengan kompetitor di *e-commerce* maupun di media sosial.

1.5 Manfaat Melaksanakan Community and Engagement Program

Adapun harapan atas manfaat yang dapat tercapai melalui PRO-STEP Community and Engagement Program sebagai berikut.

1. Bagi Penulis. Program PRO-STEP ini dapat menjadi pembelajaran mengenai proses perancangan seorang desainer di dunia kerja serta cara berkomunikasi dengan klien yang belum tentu paham bahasa desain.
2. Bagi Orang Lain. Program PRO-STEP dapat menghasilkan perancangan yang menaikkan pengetahuan orang mengenai UMKM DBumbu.
3. Bagi Universitas. Program PRO-STEP dapat menghasilkan mahasiswa yang siap menghadapi dunia kerja ketika lulus dari kampus.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Community and Engagement Program

PRO-STEP Community and Engagement Program memiliki bobot 20 Satuan Kredit Semester (SKS) yang setara dengan 640 jam kerja (*Supervisor Daily Task*) dan 207 jam kerja (*Advisor Daily Task*) dalam kurun waktu 18 hingga 20 minggu pada satu semester. Berikut adalah prosedur pelaksanaan PRO-STEP Community and Engagement Program.

Tabel 1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan PRO-STEP

Tanggal	Agenda	Keterangan
10 November 2025	Sosialisasi Cluster PRO-STEP	Sosialisasi mengenai Cluster PRO-STEP yang diadakan secara <i>onsite</i> di Lecture Theater.
10 November – 1 Desember 2025	Periode Registrasi PRO-STEP	Registrasi Cluster PRO-STEP melalui website merdeka dan submit Letter of Acceptance.
8 Desember 2025	Pengumuman Hasil Seleksi PRO-STEP - Tahap 1	Pengumuman hasil seleksi.
19-23 Januari 2026	Kartu Rencana Studi (KRS)	Melakukan KRS di my.umn.ac.id sesuai PRO-STEP yang sudah dipilih.
2 Februari 2026	Start PRO-STEP Community and Engagement Program	PRO-STEP Community and Engagement Program dimulai pada 2 Februari 2026.
2 Februari - 6 Maret 2026	Periode Bimbingan Tahap 1	Periode bimbingan PRO-STEP yang dilakukan seiring mengisi Supervisor dan Advisor Daily Task serta Counselling Meeting.
9 - 13 Maret 2026	Evaluasi 1 Cluster PRO-STEP	Periode penilaian Evaluasi 1 PRO-STEP yang dilakukan secara individu oleh mahasiswa yang memenuhi prasyarat menempuh Evaluasi 1. Mahasiswa mengumpulkan

		laporan evaluasi 1 melalui website PRO-STEP dan wajib menginfokan Dosen Pembimbing Internal dan Eksternal untuk menginput nilai Evaluasi 1 ke dalam website PRO-STEP.
16 Maret - 22 Mei 2026	Periode Bimbingan Tahap 2	Periode bimbingan PRO-STEP yang dilakukan seiring mengisi Supervisor dan Advisor Daily Task serta Counselling Meeting.
18 - 29 Mei 2026	Evaluasi 2 Cluster PRO-STEP	Periode penilaian Evaluasi 2 PRO-STEP yang dilakukan secara individu oleh mahasiswa yang memenuhi prasyarat menempuh Evaluasi 2. Mahasiswa mengumpulkan laporan evaluasi 2 melalui website PRO-STEP dan wajib menginfokan Dosen Pembimbing Internal dan Eksternal untuk menginput nilai Evaluasi 2 ke dalam website PRO-STEP.
25 - 26 Mei 2026	Pengecekan Kelengkapan Dokumen Sidang Evaluasi 2 Cluster PRO-STEP	Dosen Pembimbing Internal melakukan pengecekan terkait kerangka, konten, judul dan kelengkapan

		dokumen Laporan Sidang PRO-STEP sebelum mahasiswa bimbingannya melakukan registrasi Sidang Evaluasi 2.
2 Juni 2026	Deadline Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster PRO-STEP	Hari terakhir untuk registrasi Sidang Evaluasi 2.
2 - 3 Juni 2026	Sidang Evaluasi 2 Cluster PRO-STEP	Periode Sidang Evaluasi 2 yang dilakukan secara <i>onsite</i> .
9 - 10 Juni 2026	Revisi dan Pengesahan Laporan Akhir (Final) Sidang Cluster PRO-STEP, Submit ke dalam Website PRO-STEP	Periode Pengumpulan Laporan Sidang Evaluasi 2 yang sudah di revisi dan mendapatkan TTD Pengesahan dari Dewan Sidang.
23 – 24 Juni 2026	Batas Akhir Submisi Laporan Akhir (Final) Sidang Cluster PRO-STEP	Peserta PRO-STEP mengecek batas akhir submisi laporan dari website PRO-STEP masing-masing. Tenggat waktu revisi dan pengesahan laporan untuk dikumpulkan hanya 2 minggu setelah tanggal Sidang Evaluasi 2.

Berdasarkan tabel tersebut, kegiatan PRO-STEP mulai pada 2 Februari 2026 dan akan berakhir pada 24 Juni 2026 dengan pengumpulan laporan akhir.