

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang *Community and Engagement Program*

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Selain pemberdayaan rumah tangga yang mendorong pendapatan, UMKM juga membuka lapangan pekerjaan (Wati et al., 2024, h.266). Salah satu wilayah kecamatan di Kota Tangerang Selatan yang memiliki jumlah UMKM bidang kuliner paling sedikit dibanding kecamatan lainnya adalah Kecamatan Setu (DINKOP UKM Kota Tangerang Selatan, 2024). Dalam pengembangan dan pemasarannya, pemasaran *digital* sangat diperlukan di masa sekarang ini. Berdasarkan buku yang berjudul “*UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*”, Tambunan (2021, h.9) menyatakan bahwa pemasaran *digital* digunakan untuk menargetkan pelanggan saat ini dan calon pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang kreatif dan inovatif untuk menonjolkan produk-produk UMKM di Desa Muncul, Kecamatan Setu demi memperluas target pasar dan meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

KueQue merupakan salah satu UMKM di Desa Muncul yang bergerak di bidang makanan dalam kategori bolen pisang dan kue kering. Indriastanto, selaku pemilik, mendirikan UMKM KueQue sejak tahun 2019 silam. Beliau awalnya memiliki keinginan untuk membuka toko oleh-oleh yang produknya diproduksi secara mandiri. Beliau juga terinspirasi dari daerah Bandung dan Bogor yang memiliki oleh-oleh terkenal, yaitu bolen pisang. Merujuk pada Wati (2025, h.5), digitalisasi UMKM dapat memanfaatkan *digital platforms*, salah satunya situs web. Hal ini juga didukung dengan karakteristik *website* dalam konteks *branding* sebagai *touchpoint media* yang bersifat responsif, efisien, dan *user-friendly* (Wheeler & Meyerson, 2024, h.174). *Multi-page website* memungkinkan setiap informasi dapat lebih terorganisir sehingga *user* dapat bernavigasi dengan nyaman. Selain itu, *website* juga menjadi aset *digital* jangka panjang yang berfungsi untuk memperkuat kredibilitas dan kepercayaan konsumen.

Dalam konteks *branding*, KueQue telah memiliki *landing page* sebagai *digital platform*, namun tidak optimal dari sisi UI/UX. *Landing page* KueQue terlihat hanya menerapkan 4 *column* untuk *desktop* dan 1 *column* untuk *mobile* sehingga pengelompokan elemen visualnya menjadi tidak terstruktur dan halaman terlihat padat. Kemudian, warna kuning mendominasi hampir seluruh tampilan sehingga dapat menciptakan ketidaknyamanan apabila dilihat dalam waktu yang cukup lama (Malewicz & Malewicz, 2020, h.103). Produk yang ditampilkan dalam *landing page* juga hanya produk bolen pisang rasa coklat dan keju, sehingga dapat memengaruhi *customer awareness* terhadap produk lain yang dijual KueQue. Selain mengurangi penjualan produk lain, *customer experience* akan semakin berkurang karena mereka harus mencari informasi produk secara mandiri sebelum melakukan pemesanan. *Typeface* yang diterapkan juga tidak konsisten serta tidak terdapat perbedaan antara *headline*, *subheadline*, ataupun *body text*. Terakhir, *CTA button* pada akhir *landing page* berwarna hitam dan tidak terdapat *signifiers* sehingga dapat membingungkan *user* apakah *button* tersebut dapat diinteraksikan atau tidak. Namun, *UX writing* pada *button* tersebut telah cukup mengarahkan *customer* untuk melakukan pemesanan dengan baik. Hal-hal tersebutlah yang melemahkan *user engagement* sehingga mengurangi keefektifan *landing page media*. Dengan berbagai keterbatasan yang dimiliki oleh *landing page* KueQue saat ini, peningkatan menjadi *website* yang lebih komprehensif dapat dipertimbangkan, mengingat keinginan pemilik UMKM KueQue untuk melakukan ekspansi bisnis di masa mendatang.

Maka dari itu, penulis mengajukan perancangan UI/UX untuk *website* UMKM KueQue. Perancangan ini dilakukan dengan harapan untuk memperbaiki citra KueQue agar pembeli dapat menerima informasi seputar toko, produk yang dijual, hingga *CTA* yang jelas untuk melakukan pemesanan. Dengan begitu, KueQue dapat menjangkau lebih banyak calon *customer* secara *digital*, memperkuat *brand awareness* dan *loyalty*, serta memberikan *experience* yang lebih nyaman dan positif bagi *user*, sehingga akhirnya dapat mendukung perkembangan bisnis KueQue secara berkelanjutan.

1.2 Batasan Masalah *Community and Engagement Program*

Untuk melakukan perancangan dan pembahasan yang fokus dan terarah, maka ditetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Geografis : Kota Tangerang Selatan
2. Demografis :
 - a. Usia : 25-30 tahun
 - b. Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan
 - c. Pendidikan : SMA Sederajat
 - d. Tingkat ekonomi : SES B
3. Psikografis :
 - a. Gaya hidup : Senang makan makanan ringan dan buah pisang, aktif mencari dan membeli produk secara *online*, suka berkumpul, hemat.
 - b. Sikap : Mudah bergaul, *digital savvy* (melek teknologi), sangat memerhatikan *review* makanan.

1.3 Rumusan Masalah *Community and Engagement Program*

Dapat disimpulkan beberapa masalah yang menjadi sorotan dalam pengerjaan perancangan ini, antara lain:

1. Kurangnya *brand awareness* masyarakat terhadap UMKM KueQue.
2. Kurang optimalnya UI/UX *landing page* UMKM KueQue dari segi informasi dan desain.

Untuk menyimpulkan masalah-masalah yang telah dijabarkan, penulis menetapkan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana perancangan UI/UX *website* UMKM KueQue?

1.4 Maksud dan Tujuan *Community and Engagement Program*

Perancangan ini memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan *brand awareness* UMKM KueQue agar bisa bersaing dan menonjol diantara produk makanan sejenis.

2. Meningkatkan *user engagement* pada *digital platforms* agar UMKM KueQue lebih dikenal dan diingat oleh masyarakat.
3. Meningkatkan penjualan produk-produk UMKM KueQue dan memperluas target pasar.

1.5 Manfaat Melaksanakan *Community and Engagement Program*

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi orang-orang yang terlibat, antara lain:

1. Bagi Penulis, perancangan ini diharapkan bisa membuat penulis lebih peka dan menjadi *problem solver* yang baik di tengah masyarakat dengan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan.
2. Bagi Orang Lain, perancangan ini diharapkan bisa membantu orang lain, tepatnya para pemilik UMKM dalam memperbaiki dan mengembangkan merek UMKM mereka.
3. Bagi Universitas, perancangan ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan *Community and Engagement Program*

Community and Engagement Program berbobot 15 SKS, yang setara dengan 18-20 minggu dalam satu semester, atau 640 jam kerja untuk *Supervisor Daily Task* dan 207 jam kerja untuk *Advisor Daily Task*. Program ini meliputi *Community Outreach Concept*, *Community Outreach Implementation*, *Community Outreach Evaluation*, dan *Community Outreach Report*.

Prosedur alur pendaftaran PROSTEP *Community and Engagement Program* dari tahap sosialisasi hingga Sidang Evaluasi 2 akan dijabarkan melalui tabel berikut:

Tabel 1.1 Waktu dan Prosedur *Community and Engagement Program*

No.	Agenda	Tanggal	Keterangan
1.	Sosialisasi PROSTEP	10 Nov 2025	Sosialisasi mengenai 4 program PROSTEP oleh tim dosen Desain Komunikasi Visual.

2.	KRS	11-12 Ags 2025	Mahasiswa memilih program PROSTEP yang akan diambil pada Semester Genap 2025/2026 dengan melalui bimbingan dan persetujuan pembimbing akademik.
3.	KRS - Tambah Ganti	20-21 Ags 2025	Mahasiswa memilih program PROSTEP yang akan diambil pada Semester Genap 2025/2026 dengan melalui bimbingan dan persetujuan pembimbing akademik.
4.	Periode Registrasi PROSTEP	10 Nov-1 Des 2025	Mahasiswa melakukan registrasi PROSTEP melalui <i>OneDrive Form</i> .
5.	Pengumuman Hasil Seleksi PROSTEP – Tahap 1	8 Des 2025	Dosen koordinator PROSTEP mengumumkan hasil seleksi Tahap 1 PROSTEP dan mahasiswa bergabung dalam grup LINE.
6.	Submit/Revisi Proposal PROSTEP	12 Des 2025	Mahasiswa men- <i>submit</i> revisi proposal PROSTEP melalui <i>OneDrive Form</i> .
7.	Pengumuman Final Penerimaan PROSTEP	16 Des 2025	Dosen koordinator PROSTEP mengumumkan keputusan final penerimaan PROSTEP.
8.	Bimbingan – Tahap 1 PROSTEP	2 Feb – 6 Mar 2026	Mahasiswa mulai mengisi <i>Supervisor Daily Task</i> , <i>Advisor Daily Task</i> , dan <i>Counselling Meeting</i> di <i>website</i> PROSTEP.
9.	Evaluasi 1 PROSTEP	9-13 Mar 2026	Mahasiswa men- <i>submit draft</i> laporan ke <i>website</i> PROSTEP dan

			menginformasikan <i>Supervisor</i> dan <i>Advisor</i> untuk menginput nilai Evaluasi 1 kedalam <i>website</i> PROSTEP dan mahasiswa tetap meng- <i>input daily task</i> (<i>Supervisor</i> dan <i>Advisor</i>) selama periode Evaluasi 1 PROSTEP.
10.	UTS (Ujian Tengah Semester)	30 Mar – 11 Apr 2026	Periode UTS genap untuk perkuliahan reguler.
11.	Bimbingan – Tahap 2 PROSTEP	16 Mar – 22 Mei 2026	Mahasiswa mengisi <i>Supervisor Daily Task</i> , <i>Advisor Daily Task</i> , dan <i>Counselling Meeting</i> di <i>website</i> PROSTEP.
12.	Evaluasi 2 PROSTEP	25-29 Mei 2026	Mahasiswa men- <i>submit</i> laporan lengkap dan hasil karya ke <i>website</i> PROSTEP dan menginformasikan <i>Supervisor</i> dan <i>Advisor</i> untuk menginput nilai Evaluasi 2 kedalam <i>website</i> PROSTEP dan mahasiswa tetap meng- <i>input daily task</i> (<i>Supervisor</i> dan <i>Advisor</i>) selama periode Evaluasi 2 PROSTEP.
13.	Pengecekan Kelengkapan Dokumen & Laporan Sidang Evaluasi PROSTEP	2-3 Juni 2026	<i>Advisor</i> melakukan pengecekan terkait kerangka, konten, judul dan kelengkapan dokumen Laporan Sidang PROSTEP sebelum mahasiswa melakukan registrasi Sidang Evaluasi 2.

14.	UAS (Ujian Akhir Semester)	2-13 Juni 2026	Periode UAS genap untuk perkuliahan reguler.
15.	Deadline Registrasi Sidang Evaluasi PROSTEP	3 Juni 2026	Mahasiswa harus registrasi sidang evaluasi PROSTEP sebelum jam 17.00.
16.	Sidang Evaluasi 2 PROSTEP	4 Juni 2026	Mahasiswa mendapatkan jadwal sidang melalui <i>email student</i> dan <i>blast grup LINE</i> dan mempresentasikan keseluruhan hasil kerja dari PROSTEP <i>Community and Engagement Program</i> selama 1 semester.
17.	Revisi dan Pengesahan Laporan Akhir (Final) Sidang PROSTEP s/d Submit Kedalam Website PROSTEP	5-11 Juni 2026	Mahasiswa mengumpulkan laporan sidang evaluasi PROSTEP yang sudah direvisi dan mendapatkan TTD Pengesahan dari Dewan Sidang.
18.	Batas Akhir Submisi Laporan Akhir (Final) Sidang PROSTEP	Mahasiswa mengecek <i>deadline</i> submisi laporan dari <i>website</i> PROSTEP (tenggat waktu revisi dan pengesahan s/d submisi HANYA 1 MINGGU setelah tanggal Sidang Evaluasi 2 PROSTEP) dan <i>submit</i> hasil laporan lengkap ke <i>website</i> PROSTEP.	

Tabel di atas menjelaskan *timeline* pelaksanaan PROSTEP *Community and Engagement Program* berdasarkan buku panduan PROSTEP dan bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada seluruh peserta *Community and Engagement Program* terkait rangkaian keseluruhan kegiatan PROSTEP dari awal hingga akhir, mulai dari bulan Februari hingga Juni 2026.