

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Community and Engagement Program

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha dengan jumlah karyawan, skala usaha, dan omset yang relatif kecil serta umumnya didirikan dengan modal yang minim atau terbatas (Yolanda, 2024). UMKM merupakan singkatan dari usaha kecil, mikro, dan menengah atau kegiatan atau seperti usaha bisnis yang dijalankan oleh perorangan, Kelompok, rumah tangga, maupun badan usaha kecil lainnya. Tahun demi tahun perkembangan UMKM di Indonesia terus berkembang baik secara kuantitas maupun kualitas. Bahkan, mendapat dukungan penuh dari pemerintah dan menawarkan berbagai program pelatihan dan pengembangan keterampilan kepada pemangku kepentingan UMKM. Peranan UMKM itu untuk menumbuhkan serta mengembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional, peran UMKM sendiri dalam perekonomian Pembangunan ekonomi merupakan fokus yang utama dalam Upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Khoirunnisa, 2022).

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja (Aditya & Rusdianto, 2023).

UMKM Lapedo BUNnda merupakan salah satu usaha kuliner yang bergerak di bidang makanan ringan berupa roti mini (mini bun). Nama “Lapedo” sendiri memiliki sejarah unik, yang awalnya terinspirasi dari peristiwa lumpur

Lapindo di Sidoarjo pada tahun 2006, yang kemudian mengalami perubahan penamaan hingga akhirnya menjadi “Lapedo” pada tahun 2012. Transformasi nama tersebut tidak hanya menunjukkan perjalanan usaha, tetapi juga menggambarkan proses adaptasi dan pembentukan identitas merek yang lebih matang. Sementara itu, “BUNnda” merupakan gabungan dari kata “bun” yang merujuk pada bentuk produk roti, serta “nda” yang diambil dari nama pemilik usaha, yaitu Amanda. Kombinasi ini menciptakan kesan personal, hangat, dan kekeluargaan yang selaras dengan karakter produk rumahan.

Identitas nama Lapedo BUNnda mencerminkan karakter produk yang sederhana, rumahan, dan dekat dengan konsumen. Secara visual, Lapedo BUNnda telah memiliki identitas dasar berupa logo dengan warna dominan coklat tua, beige, dan coklat muda, serta elemen visual berupa rumah dan roti yang merepresentasikan konsep “warm homemade”. Namun, agar identitas visual tersebut dapat bekerja secara maksimal di media sosial, diperlukan pengembangan sistem branding yang lebih terstruktur, seperti panduan penggunaan logo, konsistensi tipografi, tone warna konten, serta gaya fotografi produk yang seragam.

## **1.2 Batasan Masalah Community and Engagement Program**

Perancangan ini berfokus pada penguatan identitas visual UMKM Lapedo BUNnda dengan wilayah Tangerang, yang mencakup Kota dan Kabupaten Tangerang, sebagai target geografis utama pemasaran. Selain itu, perancangan juga mempertimbangkan aspek demografis guna menentukan target konsumen yang sesuai dengan karakteristik produk dan kebutuhan pasar.

Demografis:

- Usia 15–30 tahun
- Remaja hingga dewasa muda
- Pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda
- Berdomisili di Tangerang dan sekitarnya

Psikografis:

- Aktif menggunakan instagram dan Tiktok
- Tertarik dengan cemilan ringan rumahan
- Tertarik dengan konten hiburan pada media sosial

### **1.3 Rumusan Masalah Community and Engagement Program**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam perancangan ini antara lain:

- Pemanfaatan media sosial pada UMKM Lapedo BUNnda belum optimal sehingga jangkauan promosi dan interaksi dengan target pasar masih terbatas.
- Kualitas visual konten media sosial Lapedo BUNnda belum sepenuhnya konsisten dan belum mampu menarik perhatian audiens secara maksimal.
- Strategi konten yang digunakan belum dirancang secara terarah untuk meningkatkan engagement dan membangun kedekatan emosional dengan konsumen.

### **1.4 Maksud dan Tujuan Community and Engagement Program**

Tujuan dari keikutsertaan dalam PRO-STEP Community and Engagement Program adalah untuk menerapkan ilmu dan keterampilan yang telah diperoleh selama perkuliahan melalui pendampingan kepada UMKM mitra. Pada program ini, penulis bersama tim berupaya membantu UMKM Lapedo BUNnda dalam meningkatkan identitas visual dan strategi promosi agar dapat memperkuat citra merek, meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk yang ditawarkan, serta mendorong peningkatan daya saing dan penjualan produk. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam program ini adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan branding dari UMKM yang terpilih yaitu Lapedo BUNnda, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait produk lokal yang dijual dan berkualitas
- b. Meningkatkan brand awareness UMKM Lapedo BUNnda, agar memiliki ciri khas yang dapat dikenal lebih mudah
- c. Meningkatkan daya tarik produk guna meningkatkan penjualan dengan membangun identitas visual yang menarik dan efektif.

### **1.5 Manfaat Melaksanakan Community and Engagement Program**

Solusi desain yang diusulkan untuk kemajuan desa bersama kelompok, setelah melalui program PRO-STEP adalah sebagai berikut:

a. Bagi Penulis.

Program ini membantu penulis untuk lebih peka dan sadar akan isu sosial yang ada di sekitar penulis. Hal ini juga dapat melatih penulis karena memberikan pengalaman bagaimana cara menghadapi *client* dengan terjun langsung untuk menemui UMKM tersebut. Program ini juga dapat mengembangkan kreativitas serta melatih untuk mencari solusi-solusi desain yang efektif. Penulis berharap bisa mendapatkan manfaat dengan cara aktif berkontribusi dalam menyelesaikan isu sosial, dan juga memberikan dampak positif bagi UMKM Lapedo BUNda.

b. Bagi Orang Lain.

Program ini memberikan manfaat pada UMKM Lapedo BUNda antara lain adalah, UMKM tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat sekitar karena dampak dari perancangan desain sebagai media promosi

c. Bagi Universitas.

Hasil laporan PRO-STEP Proyek Desa dapat digunakan sebagai referensi untuk mahasiswa yang akan melakukan PRO-STEP Proyek Desa atau laporan dengan topik yang serupa.

## 1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Community and Engagement Program

Kegiatan PRO-STEP Community and Engagement Program adalah program wajib bagi mahasiswa semester 6 dan berlangsung selama satu semester. Kegiatan ini memiliki bobot 15 SKS atau setara dengan 640 jam kerja. Dalam kurun waktu tersebut, mahasiswa akan menyelesaikan kegiatan harian selama 80 hari kerja atau setara dengan kurang lebih 20 minggu. *Daily task* merupakan kegiatan wajib seluruh mahasiswa dan harus diisi dengan durasi 9 jam.

Dalam pelaksanaan program ini, mahasiswa harus memenuhi total 640 jam kerja. Dari total tersebut, 207 jam dialokasikan untuk Advisor Daily Task, sedangkan sisa jam kerja lainnya diperuntukkan bagi Supervisor Daily Task. Supervisor Daily Task dilaksanakan pada hari kerja dengan durasi maksimal 9 jam per hari. Sementara itu, Advisor Daily Task berlangsung selama 3–5 jam dalam setiap sesi dan dilaksanakan sebanyak 2–3 kali dalam satu minggu. Seluruh aktivitas yang dilakukan selama program berlangsung harus didokumentasikan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan kegiatan dan capaian

pembelajaran mahasiswa. Dokumentasi tersebut juga menjadi bukti keterlibatan mahasiswa dalam menjalankan tugas yang diberikan oleh supervisor maupun advisor sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Setelah menyelesaikan mata kuliah PRO-STEP 03, mahasiswa akan memperoleh Supervisor Daily Task yang nantinya menjadi bagian dari laporan sidang PRO-STEP. Melalui laporan tersebut, mahasiswa diharapkan mampu menunjukkan proses kerja, pengalaman yang diperoleh, serta kontribusi yang telah diberikan selama mengikuti program PRO-STEP Community and Engagement.

