

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Cluster MBKM Proyek Desa

Prospek UMKM di Indonesia memberi kontribusi yang besar bagi perekonomian negara. Kementerian Koperasi dan UKM, menyatakan bahwa usaha UMKM berkontribusi sebesar 61,07% dari total keseluruhan 8.573,89 triliun rupiah pada Produk Domestik Bruto Indonesia tahun 2020. UMKM juga ikut menyumbang 97% dari total tenaga kerja menengah di Indonesia. Pelaku UMKM terus bertumbuh setiap tahun. Data BPS Indonesia 2019 menyatakan bahwa jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,6 juta.

Pada 2022, Pelaku UMKM di Kabupaten Tangerang sebanyak 59.317. Jumlah ini meningkat secara signifikan dibandingkan 2021. (Web Terpadu Kab. Tangerang, 2023) Desa Kemuning, kecamatan Legok, kabupaten Tangerang memiliki jumlah penduduk 8.178 jiwa dengan jumlah UMKM sebanyak 14. Ke 14 UMKM tersebut bergerak dalam bidang budaya, kuliner, dan kerajinan tradisional (Observasi tim Februari 2023) yang belum banyak diketahui oleh masyarakat luas. Padahal, dengan adanya potensi budaya yang dimiliki, warga desa dapat memanfaatkan potensi tersebut untuk berwirausaha dengan menawarkan produk-produk buatan UMKM Desa kemuning kepada masyarakat luas di Indonesia.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 1.1 UMKM di Desa Kemuning

No.	Bidang UMKM	Nama UMKM
1.	Kuliner	Renaco (Ibu Lili)
2.	Pakaian Tradisional	Batik Tangerang (Ali Akipin RT 01/02)
3.	Makanan	Pisang Goreng Crispy (Aas RT 04/01)
4.	Makanan	Keripik Bakso Kremes (Maryanah RT 04/01)
5.	Makanan	Keripik Peyek (Herlina RT 03/02)
6.	Kerajinan	Kerajinan Kayu (Junaedi/Didi RT 03/03)
7.	Makanan	Makanan Ringan Online (Arsuti RT 03/03)
8.	Pembersih	Sabun lantai/laundry (Mas Bagus RT. 03/01)
9.	Sablon	Vertical Colony Sablon (Odoy RT 02/01)
10.	Kerajinan	Kerajinan Furniture (Jakoy RT 01/01)
11.	Makanan	Dodol Betawi (Munir 04/02)
12.	Makanan	Keripik Pisang (Ibu yoyoh)
13.	Makanan	Bakso Goreng (Ibu Siti)
14.	Makanan	Keripik peyek (Ibu Siti)

Sumber:kampungkemuning.com

Renaco adalah salah satu UMKM di desa Kemuning yang bergerak pada bidang kuliner dan makanan ringan. Renaco menjual berbagai varian olahan kurma yang sudah berdiri sejak 2014. Dari sisi pemasaran, Renaco sudah menjual berbagai produk di media *E-commerce* seperti *Tokopedia*, dan *Shopee*. Renaco juga menjual produk-produk secara konvensional yakni dengan cara menitipkan di warung, mengikuti *bazar* dan pameran, atau acara lainnya.

Dari sisi visual produk, Renaco masih menggunakan kemasan yang belum terpadu dalam visualisasi produk dan belum tepat dalam mendeskripsikan produk. Di samping itu, penggunaan aset foto masih sederhana dan kurang memadai dari segi komposisi, pencahayaan, dan pengambilan foto. Sehingga belum menggambarkan produk secara deskriptif. Demikian juga, Renaco belum memiliki katalog produk yang variatif dan belum mendeskripsikan bentuk produk.

Melihat potensi UMKM Renaco yang sudah memiliki lisensi sertifikasi Halal, dan PIR-T, produk yang variatif serta banyak diminati oleh warga setempat tetapi belum memiliki kemasan yang baik, aset foto yang menarik, dan media promosi yang memadai. Serta belum memiliki aset marketing dalam bentuk visual media. Maka penulis bertujuan untuk mengangkat UMKM Renaco sebagai bahan studi perancangan dalam meningkatkan penjualan produk Renaco dan memperluas target pasar. Masalah yang masih dihadapi adalah strategi pemasaran yang kurang baik. Kemudian kurangnya aset visual sebagai media promosi untuk menjangkau jaringan target pasar.

Penawaran solusi yang dapat diberikan oleh penulis yaitu, perancangan fotografi produk UMKM Renaco sebagai aset visual. Dengan tujuan sebagai strategi marketing untuk pemasaran produk dalam jangka waktu yang panjang dan berkelanjutan. Selain itu, untuk menghasilkan aset visual berupa foto produk yang dapat menggambarkan citra dan karakter Renaco. Sehingga pesan dan kesan yang ingin disampaikan oleh Renaco dapat terpublikasikan dengan lebih optimal.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan fotografi produk UMKM Renaco sebagai aset visual?

1.3 Batasan Masalah Cluster MBKM Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penulis membatasi pembahasan sebagai berikut:

1. Demografis

a. Usia: 20-50 tahun

Kelompok usia ini sebagian besar adalah generasi milenial yang sudah paham teknologi. Mereka menggunakan teknologi untuk melakukan berbagai aktivitas, seperti sebagai media informasi, komunikasi, interaksi, hingga transaksi.

b. Jenis kelamin: Pria dan Wanita

Media promosi yang akan dirancang ditujukan untuk semua orang yang tertarik untuk mencoba produk olahan kurma UMKM Renaco tanpa memandang jenis kelamin.

c. Pendidikan: SMA ke atas

Ditujukan kepada masyarakat yang sudah mengenal produk-produk makanan ringan sehingga lebih mudah untuk peningkatan kesempatan dan kebiasaan mengadopsi produk Selain itu, sudah mengetahui informasi tentang manfaat dan khasiat dari produk kurma untuk dikonsumsi.

d. Status Ekonomi: SES B

Laporan Kementerian Komunikasi dan Informatika (2021) dengan Katadata Insight Center (KIC) dengan judul riset *Status Literasi Digital di Indonesia 2021* status ekonomi-sosial dibagi menjadi empat kelompok sesuai dengan pengeluaran rutin bulanan, yaitu

SES A lebih dari Rp6.000.000, SES B dengan Rp4.000.001 - 6.000.000, SES C dengan Rp2.000.001-Rp4.000.000, dan SES D-E dengan kurang dari Rp2.000.000.

2. Geografis

a. Primer: Kabupaten Tangerang

Ditujukan kepada masyarakat yang tinggal di daerah sub urban dan perkotaan yang masih terjangkau oleh pihak UMKM Renaco untuk melakukan distribusi produk dalam jarak dekat.

b. Sekunder: Jabodetabek

Ditujukan kepada masyarakat daerah perkotaan yang mudah dijangkau dari desa Kemuning dengan memperkenalkan olahan kurma yang variatif dan otentik yang dapat disesuaikan dengan selera.

3. Psikografis

Hasil dari perancangan ulang media promosi produk UMKM Renaco yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan kepada masyarakat Indonesia yang menyukai produk makanan ringan, penyuka makanan manis, dan menyukai olahan kurma terutama bagi masyarakat beragama muslim yang sudah memiliki kebiasaan mengadopsi produk olahan kurma untuk kepentingan hari raya.

4. Perilaku

Produk olahan kurma ditujukan kepada masyarakat yang memiliki rasa penasaran tinggi dan gemar mencoba produk yang variatif dan memiliki kebiasaan adopsi produk dari sedang hingga tinggi dan memiliki pemasukan yang menengah sehingga mencoba produk yang terjangkau.

1.4 Maksud dan Tujuan Cluster MBKM Proyek Desa

Perancangan ini bertujuan untuk merancang ulang aset media promosi produk UMKM Renaco sesuai dengan prinsip desain kemasan produk, fotografi produk, dan pemasaran produk. Diharapkan dengan adanya perancangan ulang aset media promosi ini dapat memperlengkapi, mendukung, dan meningkatkan penjualan dan daya tarik produk UMKM Renaco. Khususnya dalam bidang *F&B* dan UMKM di Indonesia. Sehingga produk UMKM Renaco sebagai salah satu UMKM kreatif dan inovatif buatan lokal dari Desa Kemuning dapat berpartisipasi terhadap masyarakat Indonesia dan Internasional.

1.5 Manfaat Melaksanakan Cluster MBKM Proyek Desa

1. Bagi Penulis, yaitu sebagai wadah simulasi kerja lapangan yang dihadapkan dengan pelanggan dengan masalah tertentu serta menambah wawasan dalam melakukan promosi untuk produk UMKM, sebagai syarat kelulusan dalam studi Cluster MBKM Proyek Desa. Selain itu juga dapat menjadi sarana portofolio penulis sebagai bentuk hasil perancangan dan pengalaman kerja sebagai seorang desainer grafis.
2. Bagi Pihak UMKM, yaitu untuk membantu merancang suatu media digital sebagai sarana dan prasarana bagi pelaku wirausaha warga desa setempat untuk dapat meningkatkan kesadaran publik mengenai produk-produk khas dari Desa Kemuning yang berkelanjutan, serta diharapkan untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai keberadaan desa Kemuning sebagai desa kebudayaan.
3. Bagi Desa, Menjadi sebuah identitas berupa kuliner khas kebudayaan dan kearifan lokal desa Kemuning. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan nama Desa Kemuning di masyarakat luas.
4. Bagi Universitas, yaitu untuk membangun koneksi terhadap pihak eksternal yang terlibat. Sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab instansi pendidikan dalam melakukan pengabdian diri terhadap masyarakat sekitar seperti Desa Kemuning.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa

Perancangan fotografi produk UMKM renaco sebagai aset visual yang terdapat pada desa Kemuning dilakukan dengan rincian jam kerja dengan skema waktu yaitu dengan jumlah waktu 800 jam kerja, atau 20-21 minggu dalam 1 semester dimana MBKM Cluster Proyek Desa memiliki bobot 20 SKS.

Tabel skema waktu perancangan yang disusun sebagai rincian pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa. Dimana skema waktu dan rencana kerja telah dirancang sesuai dengan kebutuhan dan metode perancangan serta jam kerja yang dibutuhkan yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.2 Timeline Perancangan

Bulan		Februari				Maret				April				Mei				Juni	
Metode	Tahap	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
<i>Research</i>	Identifikasi Masalah																		
	Identifikasi Target Audience																		
	Wawancara																		
<i>Concepting</i>	Design Brief	-																	
	Brain storming																		
	Mind Mapping																		

