

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun perusahaan yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Dikutip dari website Jurnal Entrepreneur, dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM mempunyai arti sebagai sebuah kegiatan usaha yang dijalankan oleh masyarakat yang memiliki tujuan untuk memperluas lapangan pekerjaan serta memberi pelayanan ekonomi kepada masyarakat secara luas. Pada pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa ini, penulis memilih Desa Legok untuk diterapkan program yang ingin dijalankan. Desa Legok adalah salah satu desa di Kecamatan Legok pada provinsi Banten, Tangerang yang telah berdiri sejak tahun 1990. Desa Legok memiliki luas wilayah sebesar 223.775 hektar dengan jumlah penduduk sebanyak 13.136 jiwa. Mata pencaharian para penduduk di Desa Legok sebagian besar adalah karyawan swasta, jasa, pedagang, dan perajin. Untuk jenis usaha yang dijalankan oleh penduduk di Desa Legok ini sebagian besar tergolong ke dalam jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) karena usaha dijalankan di sekitar lingkungan rumah.

Program yang akan penulis terapkan adalah untuk membantu salah satu UMKM yang ada di Desa Legok dalam hal perancangan foto produk UMKM untuk meningkatkan strategi pemasaran.. Saat melakukan riset mengenai Desa Legok, penulis melihat beberapa UMKM di Desa Legok yang memiliki kekurangan dalam hal visual branding dan marketing. Setelah melakukan riset mengenai desa dan UMKM yang ada di Desa Legok, penulis memilih Jamune Saras sebagai UMKM yang akan penulis bantu dalam perancangan foto produk UMKM sebagai media promosi. Jamune Saras adalah salah satu UMKM di Desa Legok yang didirikan oleh Saras pada tahun 2021. Produk-produk yang dijual oleh Jamune Saras adalah berbagai jenis jamu dan produk lainnya seperti kunyit asem, beras kencur, wedang uwuh, sereh lemon, susu kacang ijo, dan susu kacang kedelai. Sejauh ini Jamune saras sudah menggunakan sosial media dan beberapa *e-commerce* untuk mendukung bisnisnya. Dikutip dari website Jurnal Entrepreneur, salah satu hal yang harus dibangun dalam sebuah bisnis pada saat ini adalah branding. Branding adalah suatu proses membangun kesadaran konsumen terhadap suatu bisnis agar dapat memperluas jangkauan konsumen dan mendapatkan kepercayaan konsumen (Darisman, 2020). Di era globalisasi ini persaingan bisnis semakin ketat, pelaku bisnis tidak hanya bersaing dengan pelaku bisnis lokal namun,

di era globalisasi ini pelaku bisnis bersaing secara global. Oleh karena itu suatu bisnis perlu memiliki identitas brand yang kuat agar bisnisnya dapat dengan mudah dikenali oleh konsumennya. Jamune Saras sendiri belum mempunyai aset dan foto produk yang baik sehingga konten sosial media Jamune Saras tidak terlihat menarik dan tidak memiliki identitas brand yang sesuai dengan produk yang dijual.

Sebagai solusi dari permasalahan yang sudah penulis sebutkan diatas, penulis akan melakukan perancangan foto produk terhadap UMKM Jamune Saras di sosial media dan *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan produk. Selain itu penulis juga akan melakukan pelatihan terhadap Saras sebagai pemilik UMKM Jamune Saras mengenai tata cara untuk melakukan foto produk agar Saras dapat menjaga konsistensi visual yang telah dirancang oleh penulis secara mandiri apabila proyek desa MBKM 2023 sudah berakhir.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, rumusan masalah yang ingin dibahas dalam laporan perancangan foto produk Jamune Saras sebagai media promosi adalah bagaimana merancang foto produk yang sesuai dengan kebutuhan UMKM?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Mengingat luasnya tinjauan masalah yang akan diulas dalam penulisan laporan. Diperlukan pembatasan masalah agar pembahasan lebih terstruktur, terfokus, dan tidak melebar. Batasan yang dikemukakan bertujuan untuk mempersempit variabel-variabel dalam topik perencanaan agar tidak menyimpang dari rumusan masalah. Batasan-batasan masalah dalam program MBKM Cluster Proyek Desa ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Geografis

Kabupaten/Kota: Tangerang

Provinsi: Banten

1.3.2 Demografis

Usia : 20-35 tahun

Jenis kelamin: laki-laki dan perempuan

Pekerjaan : Ibu rumah tangga, pekerja, mahasiswa

SES : B-C1

1.3.3 Psikografis

Kampanye ini ditujukan bagi masyarakat yang ingin menjaga kesehatan dengan menggunakan bahan yang alami, seperti tanaman herbal dan buah-buahan.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Dalam pelaksanaan program MBKM Proyek Desa penulis mengambil topik Perancangan Foto Produk Jamune Saras Sebagai Media Promosi. Maksud dan tujuan dari pelaksanaan program tersebut adalah untuk melakukan pengabdian kepada desa dengan memberikan dampak positif yang dapat membangun desa agar lebih berkembang yang dilakukan dengan cara memberikan penyelesaian masalah yang sedang dihadapi oleh pemilik UMKM di Desa Legok yang telah dipilih dalam bentuk pemikiran, tenaga, dan ilmu yang telah didapatkan semasa perkuliahan.

Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa ini bertujuan untuk memberikan bantuan berupa perancangan foto produk bagi pemilik UMKM di Desa Legok. Hal ini bermaksud untuk meningkatkan daya tarik produk dari UMKM di Desa Legok melalui perancangan foto produk. Penulis juga ingin memberikan bantuan bagi penduduk di Desa Legok melalui penerapan materi yang telah diperoleh pada masa perkuliahan.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Menjelaskan tujuan yang lebih meluas dari adanya hasil program MBKM Proyek Desa ini. Manfaat bisa berdampak

1.5.1 Bagi Penulis.

Pelaksanaan program MBKM Proyek Desa ini memberikan banyak manfaat bagi penulis seperti, pengalaman dan kesempatan untuk menerapkan materi yang telah dipelajari selama masa perkuliahan, memperluas wawasan dan mendapatkan ilmu baru yang dapat digunakan untuk pengembangan diri, meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat sekitar dengan memberikan bantuan kepada sesama, mengasah keterampilan yang dimiliki penulis dengan melakukan pemecahan masalah yang dirasakan oleh UMKM di Desa Legok, dan memperluas relasi sosial melalui interaksi dengan warga dan lingkungan sekitar desa.

1.5.2 Bagi Orang Lain.

Pelaksanaan program MBKM Proyek Desa ini dapat memberikan manfaat bagi orang lain, yaitu menjadi sumber informasi berdasarkan kerja nyata dalam membentuk *branding* dan pemasaran sosial media suatu UMKM, memperbanyak bahan referensi mengenai pembentukan *branding* dan pemasaran sosial media UMKM sehingga orang lain punya tolak ukur untuk mengembangkan *branding* dan pemasaran sosial media UMKM di masa yang akan datang, membantu pemilik UMKM di Desa Legok untuk mengolah usaha yang dimiliki agar dapat meningkatkan

penjualan. Selain itu Desa Legok juga akan memperoleh bantuan berupa ilmu, tenaga, dan usaha untuk memajukan pembangunan desa.

Pelaksanaan program MBKM Proyek Desa ini juga dapat membantu sektor ekonomi Desa Legok dengan adanya peningkatan penjualan pada UMKM.

1.5.3 Bagi Universitas.

Pelaksanaan program MBKM Proyek Desa ini memberikan banyak manfaat bagi universitas seperti memperluas dalam bidang akademik dengan menjadi referensi untuk mahasiswa lain untuk penulisan karya ilmiah di masa depan dan membantu mahasiswa lain dalam mengetahui tahapan membentuk *branding* dan pemasaran sosial media UMKM.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Pelaksanaan MBKM Proyek Desa dimulai dari pelaksanaan MBKM, pengisian Pra-KRS, pemilihan desa, pelaksanaan KRS, kunjungan ke desa, dan pemilihan UMKM yang akan dibantu dalam program perancangan foto produk. Program MBKM Proyek Desa ini berlangsung selama satu semester atau enam bulan.

Pelaksanaan Program MBKM Proyek Desa dimulai pada tanggal 28 Oktober 2022 penulis sebagai mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara angkatan 2020 mengikuti sosialisasi cluster MBKM di ruang serbaguna yang terletak di gedung A. Sosialisasi tersebut bertujuan untuk memberikan gambaran-gambaran program yang akan mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara jalankan. Program-program tersebut terdiri dari proyek desa, proyek independen, pertukaran pelajaran, penelitian, dan kewirausahaan yang nantinya mahasiswa/i akan memilih salah satu dari program tersebut. Setelah melakukan sosialisasi cluster MBKM pada tanggal 3 November 2022 mahasiswa/i diminta untuk melakukan bimbingan mengenai program yang mahasiswa/i minati kepada dosen pembimbing masing-masing agar mahasiswa/i yakin dengan program yang akan diambil. Pada tanggal 6 November 2022 mahasiswa/i melakukan pra-KRS di website my umn dan memilih program yang diminati, untuk penulis sendiri memilih program proyek desa. Setelah itu pada tanggal 22 November 2022 penulis bersama kelompoknya melakukan riset melalui internet mengenai desa tujuan yang akan dipilih, serta melengkapi data-data yang diperlukan untuk pengisian form pendaftaran proyek desa. Form pendaftaran tersebut meliputi

data anggota kelompok, topik yang akan diambil, latar belakang, rumusan masalah, manfaat bagi warga desa tujuan, job description masing-masing anggota, dan luaran dari proyek desa yang akan dijalankan.

Pada tanggal 26 Januari 2023 mahasiswa/i jurusan Desain Komunikasi Visual melakukan KRS di website my umn dan memilih program yang telah ditentukan sebelumnya. Setelah itu mahasiswa/i diharuskan mengisi form registrasi yang dilakukan di website Kampus Merdeka Universitas Multimedia Nusantara serta melampirkan surat pengantaran. Penulis dan kelompok melakukan survey terhadap UMKM-UMKM yang ada di desa tujuan dan menentukan salah satu UMKM untuk penulis dan kelompok bantu dalam pengembangan usahanya. Pada tanggal 14 Februari 2023 penulis dan kelompok datang ke desa tujuan untuk mengikuti acara penyerahan mahasiswa/i ke desa tujuan, melakukan presentasi mengenai program yang akan penulis dan kelompok jalankan di desa tujuan tersebut, berdiskusi dengan dosen eksternal mengenai program yang diambil, dan membuat janji untuk melakukan pertemuan pada salah satu UMKM yang telah dipilih.



Gambar 1.6 Foto Dokumentasi Penyerahan Mahasiswa ke Desa Legok

Pada tanggal 15 Februari 2023 penulis dan kelompok bertemu dengan pemilik UMKM Jamune Saras dari Desa Legok dan melakukan riset tentang UMKM Jamune Saras yang meliputi profil UMKM, produk yang dijual, kendala yang dialami oleh UMKM tersebut, dan kebutuhan pemilik UMKM. Selain itu penulis kelompok juga mengumpulkan beberapa moodboard yang nantinya akan digunakan sebagai referensi dalam pembuatan desain-desain yang dibutuhkan UMKM Jamune Saras. Pada tanggal 16 Februari penulis dan kelompok mengirimkan moodboard yang telah dikumpulkan kepada pemilik UMKM Jamune Saras agar dapat berdiskusi desain seperti apa yang pemilik Jamune Saras inginkan dan akan disesuaikan dengan produk yang dijual oleh Jamune Saras. Setelah mendapatkan jawaban dari pemilik Jamune Saras mengenai style desain yang disukai, penulis dan kelompok memulai dengan membuat beberapa alternatif logo yang nantinya akan dikirimkan ke pemilik

UMKM Jamune Saras untuk dipilih kembali. Sebelum beberapa alternatif logo dikirimkan kepada pemilik UMKM Jamune Saras, penulis dan kelompok melakukan asistensi dengan dosen pembimbing internal mengenai logo dan memulai untuk menulis laporan mengenai program MBKM Cluster Proyek Desa.

