

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa**

Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Nadiem Anwar Makarim, menyatakan bahwa karakter mahasiswa dapat dikuatkan melalui kegiatan mengerjakan proyek di desa. Mahasiswa yang merupakan penerus bangsa dan calon pemimpin dimasa depan, ditantang untuk keluar dari zona nyamannya dan mengatasi masalah-masalah yang terjadi di desa. Selain itu, mahasiswa dapat menumbuhkan jiwa sosial dengan berinteraksi langsung dengan masyarakat yaitu pendidik desa itu sendiri. Melalui Proyek desa, mahasiswa juga memiliki kesempatan untuk dapat berkolaborasi dengan mahasiswa program studi lain, warga desa, hingga pengurus desa. Dari berbagai keberagaman tersebut, mahasiswa dapat menerima pembelajaran yang dapat menguatkan karakternya. Melalui proyek desa ini, mahasiswa dapat membantu desa untuk semakin berkembang dalam segi perekonomian (kelas kecil hingga menengah), sosial, hingga budaya. Dalam permasalahan ekonomi, mahasiswa dapat ikut serta membantu melalui UMKM.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mendominasi dunia usaha Indonesia terbukti pada jumlah UMKM di Indonesia lebih dari 26 juta atau sekitar 98,68 % (tidak termasuk sektor pertanian). Pada tahun 1997 hingga 1998, Indonesia mengalami krisis moneter yang menunjukkan bahwa UMKM masih dapat berdiri ditengah kehancuran perusahaan-perusahaan besar. Hal tersebut menunjukkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia cukup besar. Akan tetapi, UMKM Indonesia memiliki keterbatasan untuk berkembang dan bersaing. LPPI dan BI (2015) mengatakan bahwa UMKM memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi, lambat dalam mengikuti perubahan perilaku konsumen, kompetensi SDM yang rendah, keterbatasan modal usaha, dan memiliki pengetahuan atau bimbingan yang masih kurang. UMKM di desa merupakan salah satu penyumbang besar ekonomi secara nasional dan dipandang

memiliki prospek yang baik di masa mendatang. Bahkan, pemerintah selalu mendorong UMKM pedesaan untuk dapat maju dan bersaing dengan usaha lain dalam skala internasional.

Desa Legok merupakan salah satu desa yang bekerjasama dengan UMN untuk menjalani kurikulum MBKM cluster Proyek Desa. Desa Legok terletak pada Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia. Meskipun desa ini dalam kawasan mata pencaharian masyarakatnya sebagai petani, tetapi Desa Legok juga memiliki potensi yang besar di bidang UMKM. Potensi yang dimaksud adalah kemampuan perkembangan ekonomi yang dipengaruhi UMKM yang ada di Desa Legok. Selain itu, UMKM Desa Legok juga memiliki potensi yang besar dalam segi produk, hal tersebut ditunjukkan dengan kualitas produk yang baik dari produk produk yang dijual UMKM dari desa Legok. Sayangnya, potensi UMKM desa Legok yang baik tidak diikuti dengan tingkat kesadaran dan kualitas pemasaran brand yang dilakukan oleh UMKM di Desa Legok. Hal tersebut membuat potensi yang dimiliki UMKM belum maksimal karena tidak banyak yang mengetahui brand brand tersebut. Selain *brand*, penulis dan kelompok memiliki kesulitan dalam menghubungi UMKM di Desa Legok dikarenakan minimnya penggunaan media elektronik dan pengetahuan dalam sosial media. Maka dari itu, penulis dan kelompok langsung turun ke Desa Legok untuk mencari UMKM yang memiliki potensi untuk di promosikan. Setelah mencari dan mencoba produk yang di jual dari beberapa UMKM Legok, penulis dan kelompok memilih UMKM Herni Bakery Legok untuk perancangan media promosi dikarenakan memiliki produk yang sangat terjangkau dan berkualitas.

Herni Bakery merupakan salah satu UMKM yang ada di desa legok yang merupakan UMKM bidang food and beverage yang menjual berbagai macam bahan kue, kue ulang tahun, kue basah seperti brownies, bolu roll, roti, dan kue kering. Setelah melakukan observasi lapangan, penulis dan tim menemukan bahwa Herni Bakery memiliki potensi produk yang tinggi karena memiliki kualitas rasa yang baik dan juga harganya yang cukup terjangkau. Akan Tetapi, Herni Bakery belum memiliki visual identity dan juga media promosi yang baik.

Hal tersebut membuat Herni Bakery masih belum banyak dikenal masyarakat Desa Legok dan juga masyarakat di luar Desa Legok.

Berdasarkan analisis terhadap konteks masalah yang ada, penulis menyimpulkan bahwa Herni Bakery membutuhkan strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan bisnisnya kepada publik. Maka, penulis beserta timnya menawarkan solusi dengan merancang media promosi Herni Bakery. Solusi ini mencakup pengembangan media sosial, identitas visual, desain grafis, kemasan, dan fotografi. Selain menyelesaikan masalah yang ada, penulis dan tim berharap dapat meningkatkan dan memperbaiki ilmu, meningkatkan kerja sama tim, serta mengembangkan profesionalisme mereka melalui kesempatan untuk bekerja secara profesional dengan Herni Bakery. Selain itu, penulis dan tim juga memiliki harapan untuk meningkatkan kepedulian sosial mereka melalui kontribusi nyata bagi masyarakat melalui kesempatan untuk membantu mereka secara langsung.

## **1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa**

Dengan mempertimbangkan temuan yang telah dijelaskan dalam latar belakang sebelumnya, masalah yang perlu dipecahkan dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana merancang identitas visual untuk Herni Bakery Desa Legok dan menerapkannya dalam media promosi?

## **1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa**

Untuk memastikan bahwa penelitian dilakukan dengan tepat sesuai target market, peneliti menetapkan batasan-batasan masalah yang mencakup:

- Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 20–35 tahun (Millennial - Generation Z)

SES :B – C1

Hasil penelitian dari Indonesia Data (Talenta Data Indonesia) menunjukkan bahwa kelompok masyarakat dengan tingkat sosio-ekonomi

(SES) B merupakan mereka yang mengeluarkan antara Rp 3.000.000 hingga Rp 5.000.000 per bulan, sedangkan kelompok masyarakat dengan SES C1 adalah mereka yang mengeluarkan antara Rp 2.000.000 hingga Rp 3.000.000 per bulan.

- Pekerjaan : Mahasiswa, Karyawan, pengusaha, ibu rumah tangga

- Geografis

Primer: Desa Legok

Sekunder: Tangerang dan sekitarnya

- Geodemografis: Pedesaan

- Psikografis :

Seseorang yang tertarik dan menyukai kue atau roti dan sangat menghargai hari-hari spesial sebagai waktu yang sangat berharga dan istimewa sehingga memiliki kebiasaan memberikan hadiah kepada orang-orang terdekat sebagai bentuk penghargaan dan rasa kasih sayang.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Penulis memilih program MBKM Proyek Desa untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan desain dalam menyelesaikan masalah di kehidupan sehari-hari. Penulis telah memilih Herni Bakery, sebuah toko kue dan bahan kue yang terletak di Desa Legok, sebagai subjek proyek. Proyek ini akan melibatkan perancangan identitas visual dan pengimplementasiannya pada media promosi Herni Bakery, termasuk media collateral, desain kemasan, katalog produk, fotografi, dan media sosial.

Setelah program terlaksana, pencapaian yang dapat dipertanggungjawabkan dari MBKM Proyek Desa adalah tersusunnya identitas visual dan media promosi yang efektif untuk Herni Bakery. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek Herni Bakery di kalangan penduduk Legok dan sekitarnya, serta meningkatkan penjualan dari toko kue tersebut. Identitas visual yang jelas dan menarik juga diharapkan dapat

meningkatkan kualitas visual dan membuat Herni Bakery dapat bersaing dengan toko-toko kue lainnya.

### **1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa**

Berikut adalah manfaat dari program MBKM Proyek Desa yang didapat bagi penulis, masyarakat, Universitas Multimedia Nusantara, dan pemilik UMKM Herni Bakery.

#### **1. Bagi penulis**

Program MBKM Proyek Desa menjadi sarana untuk menerapkan teori dan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan sebagai solusi untuk memecahkan masalah yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.

#### **2. Bagi masyarakat**

Laporan MBKM Proyek Desa diharapkan dapat menjadi referensi terkait proses perancangan identitas visual, mulai dari graphic standard manual (GSM) hingga cara mengimplementasikannya pada media promosi seperti media sosial, katalog promosi, dan fotografi. Selain itu, diharapkan laporan ini dapat membuat masyarakat lebih sadar akan pentingnya memiliki identitas visual yang kuat bagi sebuah merek atau brand.

#### **3. Bagi Universitas Multimedia Nusantara**

Laporan MBKM Proyek Desa ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi untuk mahasiswa terkait perancangan identitas visual, branding, dan media promosi.

#### **4. Bagi pemilik UMKM Herni Bakery**

Program MBKM Proyek Desa diharapkan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kesadaran merek dan penjualan dari toko kue tersebut melalui perancangan identitas visual dan media promosi yang efektif.

## 1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Di bawah ini merupakan informasi mengenai MBKM Klaster Proyek Desa beserta aktivitas yang telah dilakukan oleh penulis.

- Program MBKM Proyek Desa memiliki bobot 20 SKS dan melibatkan waktu kerja selama 800 jam atau sekitar 20-21 minggu dalam satu semester.
- Sosialisasi Program MBKM telah diadakan pada tanggal 28 Oktober 2022 di Function Hall Universitas Multimedia Nusantara.
- Pendaftaran untuk Cluster MBKM telah dibuka pada tanggal 30 November 2022, di mana penulis telah mengisi formulir yang memuat pemilihan desa dan luaran.
- Pada tanggal 8 Desember 2022, penulis bergabung dengan grup LINE MBKM Proyek Desa.
- Penulis mendapat bimbingan dari dosen akademik Ibu Ratna Cahaya Rina dan melakukan KRS pada tanggal 26 Januari - 27 Januari 2023, setelah mengajukan permohonan pada tanggal 19 Januari 2023.
- Pada rentang tanggal 28 Januari hingga 5 Februari 2023, penulis mendaftar untuk Cluster MBKM melalui website <https://merdeka.umn.ac.id/web/> dengan cara mengajukan proposal MBKM dan memperoleh LoA (Letter of Acceptance).
- Program MBKM Proyek Desa dimulai pada tanggal 6 Februari 2023, di mana penulis menerima tugas harian yang harus dikerjakan setiap hari dari jam 08.00 hingga 18.00.
- Dalam Program MBKM Proyek Desa, mahasiswa diwajibkan untuk melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing internal minimal empat kali sebelum Evaluasi 1 dan empat kali sebelum Evaluasi 2, sehingga total menjadi delapan kali dalam satu semester.

Berikut jadwal mendatang untuk MBKM Cluster Proyek Desa:

- Evaluasi 1 Cluster MBKM akan diselenggarakan pada tanggal 27 Maret – 8 April 2023.
- Evaluasi 2 pada tanggal 19 – 23 Juni 2023.
- Pembukaan pendaftaran sidang pada tanggal 26 – 30 Juni 2023.
- Pengecekan kelengkapan dokumen berlangsung pada tanggal 3 – 7 Juli 2023.
- Pelaksanaan sidang pada tanggal 10 – 14 Juli 2023.
- Pada tanggal 17 hingga 21 Juli 2023, terdapat acara yang meliputi pengumpulan, pengesahan, dan pengiriman laporan akhir sidang MBKM.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA