

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam memperbaiki perekonomian di Indonesia, terlebih lagi di desa Pagedangan. Desa Pagedangan memiliki UMKM yang banyak dan beragam dimulai dari UMKM kuliner, UMKM jasa, UMKM produk/barang, dan UMKM seni. UMKM menjadi salah satu pilar terpenting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena berperan dalam memperbaiki perekonomian baik ditinjau dari jumlah usaha, menciptakan lapangan pekerjaan, dan produk domestik bruto (PDB) (Sofyan, 2017).

Walaupun desa Pagedangan memiliki beragam UMKM yang menarik dan juga kreatif, tetapi masih banyak UMKM di desa Pagedangan yang tidak menggunakan media sosial sebagai media promosinya, promosi online adalah upaya untuk menaikkan jumlah penjualan dengan memperkenalkan produk ke kalangan luas melalui periklanan di media sosial (Peluang, 2019). Masih banyak juga yang kurang maksimal dalam penggunaan sosial media seperti minimnya pengetahuan tentang fitur-fitur di Instagram hingga konten dan desain yang ditampilkan seadanya pada sosial media UMKM tersebut. Salah satu alasannya adalah karena pelaku UMKM di desa Pagedangan didominasi oleh para Wanita berusia sekitar 40-49 tahun dengan rata-rata tingkat pendidikan lulusan SMA sederajat, sehingga masih minim pengetahuan tentang teknologi.

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) mengatakan bahwa media sosial adalah sarana media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator dan sarana online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus memperluas jaringan sosial. Jika media sosial tidak dimanfaatkan dan digunakan dengan maksimal maka akan banyak sekali peluang-

peluang yang akan terlewatkan seperti tertinggal trend karena tidak tau perkembangan kompetitor, jangkauan pelanggan yang besar, dan menghemat biaya pemasaran.

Perkembangan yang sangat pesat pada dunia usaha juga menuntut UMKM untuk terus berkembang dan berinovasi agar tetap bisa bertahan dan bersaing, salah satu daya tarik dari sebuah UMKM adalah promosi & desain sehingga dengan semakin ketatnya persaingan, para UMKM akan berjuang untuk membuat produknya sangat menarik, dan tidak lupa menggunakan media promosi desain yang juga harus menarik sehingga dapat dilirik dan mendapat perhatian dari para konsumen. Desain suatu produk, mampu menjadi salah satu faktor penting dalam meraih simpati dan perhatian konsumen. menurut Kotler dan Amstrong (2001), desain dapat menjadi ciri khas suatu produk, karena desain tersebut yang akan membedakannya dengan produk- produk sejenis dari merek yang lain.

Oleh karena itu, penulis akan mengajukan perancangan media promosi online UMKM Faza Craft Shop di desa Pagedangan. Perancangan ini dilakukan untuk mengembangkan bisnis UMKM Faza Craft Shop yang bergerak di bidang seni. Dalam merancang media promosi ini, penulis menggunakan fungsi pilar DKV, yaitu identifikasi, informasi, dan persuasi. Identifikasi digunakan untuk menciptakan elemen visual yang mudah dikenali sebagai representasi UMKM Faza Craft Shop. Informasi digunakan untuk mempermudah pemahaman dan menarik perhatian target pemasaran UMKM, seperti pembuatan deskripsi caption untuk penjelasan brand katalog Faza Craft Shop, persuasi juga digunakan pada perancangan desain ini, dimana konten interaktif sosial media melibatkan ajakan bagi audiens untuk datang ke workshop dan booth Faza Craft Shop.

Dengan melakukan desain media promosi online yang menarik perhatian audiens pada media sosialnya yakni Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih banyak. membuat konten desain yang unik dan interaktif untuk meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan audiens serta mengenalkan strategi promosi dan cara mengelola media sosial agar menjadi pengetahuan bagi UMKM Faza Craft

Shop. Dengan adanya perancangan ini, diharapkan dapat memberikan peluang yang besar bagi pelaku UMKM untuk berkembang dan mampu bersaing di pasar digital.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Bagaimana cara merancang media promosi untuk UMKM Faza Craft Shop dengan menggunakan desain menarik?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Lingkup yang akan diteliti adalah perancangan desain media promosi online dan informasi seputar strategi promosi yang bersangkutan dengan objek penelitian yaitu UMKM Faza Craft Shop.

Target (demografis) perancangan ini ditujukan bagi masyarakat desa Pagedangan yang berdomisili di Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten bagi wanita yang berusia sekitar 40-49 tahun.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

1. Memperkenalkan dan mempromosikan Faza Craft

Proyek desa ini dapat memperluas jangkauan pemasaran UMKM Faza Craft dan meningkatkan minat masyarakat terhadap seni kerajinan tangan macrame yang diproduksi oleh Faza Craft. Hal ini akan membuat Faza Craft lebih dikenal oleh masyarakat baik di dalam maupun di luar desa Pagedangan.

2. Meningkatkan jumlah penjualan Faza Craft

Dengan adanya proyek desa ini, UMKM Faza Craft di desa Pagedangan akan memiliki kesempatan untuk meningkatkan pertumbuhan bisnisnya dan menarik minat lebih banyak masyarakat untuk membeli produk-produk yang ditawarkan.

3. Menciptakan ide desain yang menarik untuk Faza Craft

Proyek desa ini diharapkan dapat membantu Faza Craft menemukan ide-ide desain baru dalam membuat seni kerajinan tangan macrame sehingga mampu menarik minat lebih banyak masyarakat terhadap produk-produk yang dihasilkan oleh Faza Craft.

4. Memperkenalkan pemasaran produk melalui sosial media

Proyek desa ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran dari berbagai platform sosial media dan mengimplementasikan strategi promosi yang tepat dan efektif.

5. Membantu menciptakan image branding untuk Faza Craft

Proyek desa ini juga dapat membantu UMKM Faza Craft dalam membentuk citra dari Faza Craft agar dapat bersaing dengan UMKM lainnya.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

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

1. Untuk Penulis, melalui pelaksanaan perancangan ini, Penulis dapat menunjukkan kreativitasnya dan meningkatkan kemampuan analitis serta strategis sebagai seorang pemecah masalah. Selain itu, Penulis juga dapat memberikan dampak positif bagi UMKM di Desa Pagedangan.
2. Bagi Orang Lain, diharapkan bahwa perancangan ini akan meningkatkan kualitas promosi dan menciptakan citra yang lebih menarik, sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat luar tentang UMKM lokal.
3. Perancangan tersebut juga memberikan manfaat bagi Universitas, karena dapat berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan mahasiswa pelaksana MBKM Proyek Desa dan pihak desa dalam mencapai kesuksesan. Hal ini akan memberikan kontribusi yang berarti bagi universitas dalam memberikan kontribusi pada masyarakat desa.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

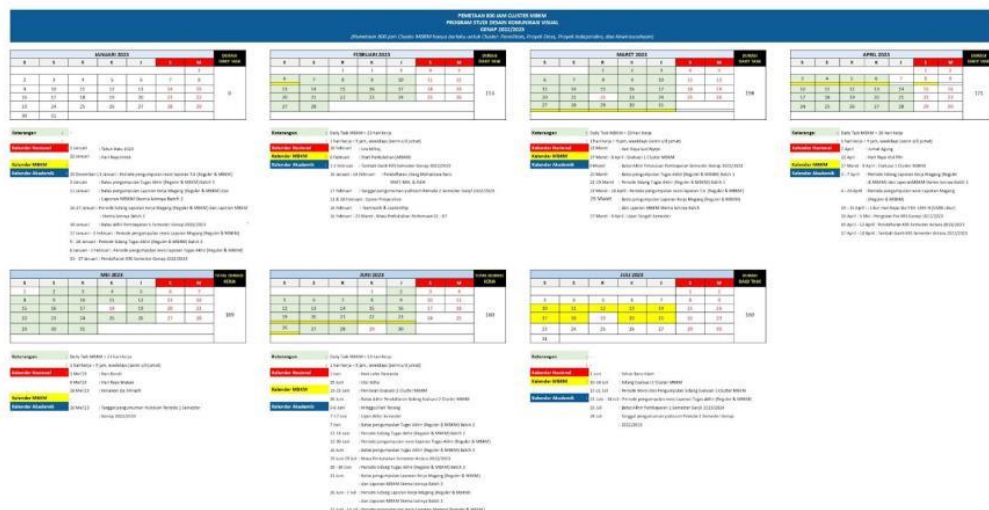
Dalam rangka melaksanakan program MBKM Cluster Proyek Desa, tim pelaksana harus memenuhi kewajiban dengan mengumpulkan 20 satuan kredit semester atau 800 jam kerja selama periode 18-20 minggu dalam satu semester. Paket mata kuliah yang harus diambil meliputi Community Outreach Project Idea, Community Outreach (tahap 1), Socio Entrepreneurship Development & Managing, dan Community Outreach (tahap 2).

MBKM Cluster Proyek Desa		20 sks
DDKV 1: Community Outreach Project Idea		3 sks
DDKV 2: Community Outreach (Tahap 1)		7 sks
DDKV 3: Socio Entrepreneurship Development & Managing		7 sks
DDKV 4: Community Outreach (Tahap 2)		3 sks

Gambar 1.1 Tabel Paket MBKM Cluster Proyek Desa

Sumber: Buku Panduan Cluster MBKM Program Studi DKV UMN (2023)

Berikut adalah kalender pemetaan 800 jam pelaksanaan cluster MBKM Proyek Desa yang berlangsung pada periode bulan Februari hingga Juni 2023.



Gambar 1.2 Pemetaan 800 jam

Sumber: Buku Panduan Cluster MBKM Program Studi DKV UMN (2023)

Berikut adalah prosedur yang harus dilaksanakan oleh tim pelaksana cluster MBKM pada proyek Desa.

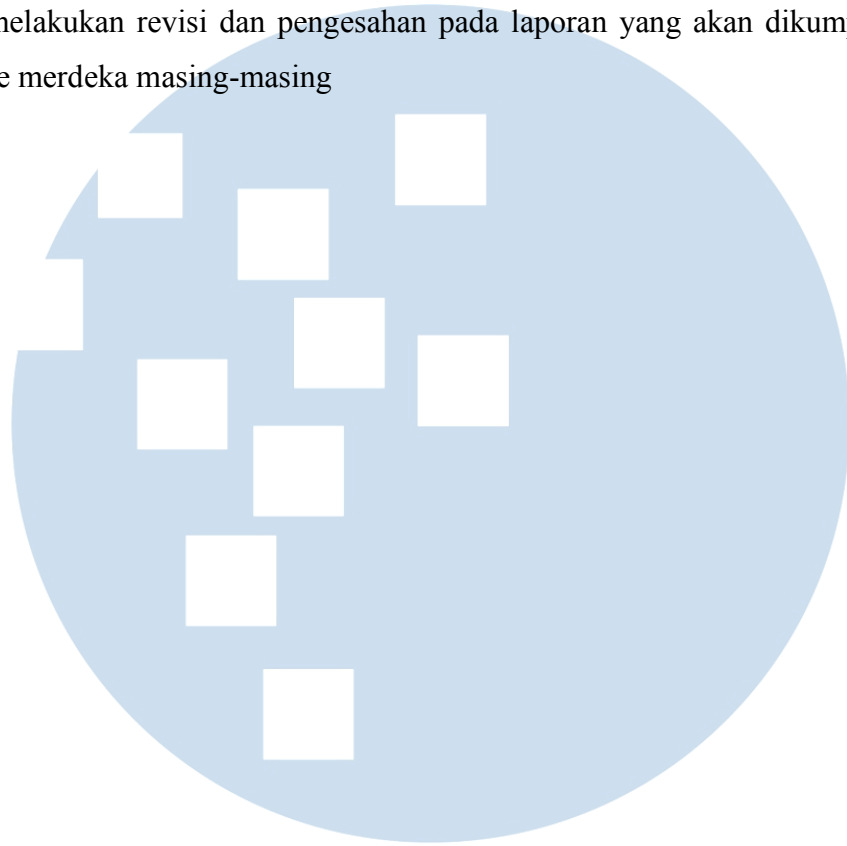


Gambar 1.3 Alur Prosedur Cluster MBKM
Sumber: Buku Panduan Cluster MBKM Program Studi DKV UMN (2023)

Proses pendaftaran untuk Cluster MBKM Proyek Desa terdiri dari beberapa tahapan yang dimulai dengan sosialisasi Cluster MBKM secara tatap muka untuk memberikan informasi terkait registrasi Cluster MBKM yang akan diambil dan kegiatan Pra KRS yang akan diikuti. Selanjutnya, mahasiswa diminta untuk mengambil KRS Cluster MBKM sesuai dengan pilihan registrasi yang telah dilakukan dan melakukan registrasi mandiri untuk mendapatkan formulir MBKM yang diperlukan pada website merdeka.

Tim pelaksana akan memasuki periode bimbingan tahap 1 untuk pengerjaan laporan dan riset serta menghadapi periode penilaian evaluasi 1 oleh dosen pembimbing internal dan eksternal. Pada masa bimbingan tahap 2, pelaksana akan melanjutkan kegiatan perancangan untuk memenuhi prasyarat sidang evaluasi 2. Kemudian, peserta akan melanjutkan tahapan registrasi dan melakukan pengecekan

kelengkapan dokumen hingga tahap sidang evaluasi 2. Pada tahap terakhir, peserta akan melakukan revisi dan pengesahan pada laporan yang akan dikumpulkan di website merdeka masing-masing



UMN

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