

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

UMKM di Indonesia dapat menyokong perekonomian negara pada periode krisis karena mampu menjadi pilar yang kuat dan mampu pulih dengan baik. tercatat UMKM memberikan kontribusi sebesar 61 persen dari PDB Nasional. Total UMKM di Indonesia yang terdaftar sepanjang 2022 mencapai 8,71 juta unit usaha. Terdapat beberapa sektor UMKM dengan jumlah terbanyak, yaitu *FnB*, kayu, pakaian jadi, Tekstil, Barang galian bukan logam, pengolahan lainnya, pengolahan tembakau, furnitur, dan barang logam bukan mesin (Kemenkop UKM, 2022).

Bidang *FnB* (food and beverages) di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 36 persen dari seluruh IMK (industri skala mikro-kecil) nasional dengan 1,51 juta unit usaha (BPS, 2020). UMKM di bidang *FnB* merupakan usaha yang selalu berinovasi setiap tahunnya karena tren yang selalu berubah-ubah. Persaingan ketat pada bidang ini mengharuskan pelaku UMKM untuk berpikir kreatif sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Banten merupakan salah satu dari 10 provinsi yang mempunyai UMKM terbanyak di Indonesia. Tercatat sebanyak 339.001 unit usaha yang dimiliki Banten sepanjang 2022 (Kemenkop UKM, 2022). Pada Kabupaten Tangerang tercatat angka pelaku UMKM tahun 2022 melonjak drastis dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Terdapat 25.918 unit tahun 2020-2021 diikuti dengan 33.339 unit tahun 2022 menjadikan UMKM Kabupaten Tangerang berjumlah sekitar 59.317 unit (tangerangkab.go.id, 2023).

Renaco merupakan salah satu UMKM bidang *FnB* yang mendorong peningkatan unit usaha di Kabupaten Tangerang. Renaco berasal dari Desa Kemuning yang berdiri pada tahun 2018 dengan menjual berbagai olahan kurma dimana coklat kurma merupakan produk andalannya. Pemilik Renaco cukup paham

mengenai marketplace, bagaimana mengoperasikannya dan seberapa pentingnya marketplace untuk membantu penjualan produknya.

Renaco jauh lebih unggul dibandingkan beberapa UMKM yang ada di Desa Kemuning karena memiliki lisensi sertifikasi halal dan PIRT dengan kemasan yang sudah memiliki desain berisikan logo, nama produk, dan komposisi. Selain itu, Renaco juga kerap kali mengikuti beberapa bazar di Tangerang dan Jakarta untuk mempromosikan jualannya.

Sayangnya, Renaco belum mempunyai identitas visual yang kuat. Terlihat dari desain kemasan yang tidak konsisten pada setiap kemasan produk. Seperti penggunaan logo yang masih acak, tata letak yang masih tidak beraturan, penggunaan warna yang kurang padu, dan penggunaan font yang terlalu beragam untuk setiap kemasannya.

Oleh sebab itu, dibutuhkan perancangan identitas visual berupa graphic standard manual (GSM) yang berguna untuk menjadi sebuah pedoman bagi pemilik UMKM agar bisa konsisten. GSM dapat membantu Renaco untuk bersaing dengan kompetitor lainnya karena memiliki keunikan yang dapat dikenali oleh pelanggan. Selain itu, mempermudah Renaco untuk menjalin hubungan dengan mitra perusahaan lain atau memasukkan produk ke supermarket karena seluruh informasi mengenai brand yang dibutuhkan ada pada GSM tersebut.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Merangkum dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dari proyek ini adalah bagaimana cara merancang identitas visual UMKM Renaco berupa graphic standard manual?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

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

1. Demografis

- a. Usia: 25 - 45 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 kurma coklat 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

- 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 ekspor 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 masyarakat Indonesia.

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 MBKM Cluster Proyek Desa

Perancangan identitas visual UMKM Renaco sebagai sarana yang efektif untuk memperkenalkan identitas untuk melabuhkan citra perusahaan di pasar sasaran. Rancangan visual yang efektif nantinya akan digunakan untuk kegiatan promosi Renaco.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa, yaitu:

- 1) Bagi Penulis, yaitu sebagai ilmu yang diharapkan dapat diimplementasikan di lapangan kerja. Dengan program ini penulis juga menambah relasi yang semakin luas karena adanya keterlibatan dengan pihak eksternal kampus. Perancangan ini juga dapat dijadikan acuan untuk penelitian yang membahas *graphic standard manual*. Penulis juga menambah portofolio dengan adanya proyek ini.
- 2) Bagi Pemilik Usaha, yaitu sebagai pembelajaran bagaimana untuk meningkatkan usaha dari sisi desain. Dapat menjaga konsistensi merek dan meningkatkan *brand awareness* sehingga bisa menarik konsumen di luar jangkauan awal dan memiliki pelanggan tetap.
- 3) Bagi Masyarakat, yaitu sebagai permulaan untuk lebih melirik merek atau produk-produk negeri sehingga dapat memajukan ekonomi negara dan memotivasi pelaku usaha untuk selalu berkreasi dan berinovasi.

- 4) Bagi Universitas, yaitu untuk membangun koneksi dengan pihak eksternal yang terlibat. Hasil penelitian diharapkan memiliki dampak pada masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan reputasi kampus.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Perancangan media pendanaan UMKM Renaco di desa Kemuning dilakukan dengan menentukan jam kerja dengan skema waktu yaitu 800 jam kerja atau 20-21 minggu dalam 1 semester, dengan MBKM Klaster Proyek Desa memiliki bobot 20 kredit

Tabel rencana pelaksanaan yang disusun sebagai rincian pelaksanaan proyek desa klaster MBKM. Apabila waktu dan jadwal kerja telah dirancang sesuai dengan kebutuhan penelitian dan metode serta jam kerja yang dibutuhkan, sebagai berikut:

Tabel 1.1 Timeline Perancangan

Metode	Tahap	1				2				3				4				5			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Riset	Identifikasi Masalah																				
	Wawancara																				
	Observasi																				
Strategi	Brainstorming																				
	Mind Mapping																				
	Concepting																				
	Sketching																				
Desain	Supergrafis																				
	Graphic Standard Manual																				
Implementasi	Visualisasi																				
	Digitalisasi																				

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