

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia merupakan sektor yang cukup besar dan memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Namun, UMKM seringkali mengalami kesulitan dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif, terutama dalam hal branding dan pemasaran produk. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai pentingnya branding dan kurangnya akses terhadap sumber daya yang diperlukan untuk merancang brand design yang efektif.

Desa Pagedangan merupakan salah satu desa di kabupaten Tangerang yang memiliki potensi UMKM yang cukup besar, terutama dalam bidang kuliner dan kerajinan tangan, terhitung bahwa terdapat 42 UMKM. Namun, sebagian besar UMKM di Desa Pagedangan masih mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka dan menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, perancangan brand design yang efektif dapat membantu meningkatkan citra merek dan memperluas jangkauan pasar UMKM di Desa Pagedangan.

Dalam konteks ini, laporan ini bertujuan untuk merancang brand design yang efektif untuk UMKM Desa Pagedangan sebagai upaya untuk membantu meningkatkan kesadaran dan citra merek mereka serta membantu memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, diharapkan UMKM di Desa Pagedangan dapat lebih kompetitif dan berkontribusi lebih besar pada perekonomian lokal.

Pada era digital yang semakin berkembang saat ini, promosi digital menjadi salah satu strategi yang sangat penting bagi UMKM untuk dapat bersaing dengan perusahaan besar. Dalam perancangan promosi digital, UMKM dapat memanfaatkan berbagai platform seperti media sosial, website, dan aplikasi mobile.

Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat menghemat biaya promosi serta dapat menjangkau target pasar yang lebih luas dan spesifik.

UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya adalah sebuah usaha kecil menengah yang bergerak di bidang industri makanan yang berlokasi di Desa Pagedangan. UMKM RG Cake and Cookies ini telah beroperasi selama 2 tahun dan untuk UMKM Arkandhiya telah beroperasi selama 1 tahun telah memiliki beberapa pelanggan tetap. Meskipun demikian, persaingan di industri makanan yang semakin ketat menuntut UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya untuk terus berinovasi dan meningkatkan promosi agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan penjualan.

UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya di Desa Pagedangan masih mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka dan menarik perhatian konsumen. Namun, ada beberapa teori yang dapat diambil dan dijadikan dasar terkait pengembangan pemasaran dan desain produk. Teori-teori tersebut adalah branding, desain produk, dan visual communication.

Branding merupakan proses pembentukan citra dan identitas merek untuk membedakan produk dari kompetitor lainnya. Perancangan ulang katalog dan foto produk juga dapat mencakup pengembangan identitas merek yang lebih kuat agar produk lebih mudah dikenali oleh konsumen. David A. Aaker, dalam bukunya "Building Strong Brands" mengemukakan bahwa merek yang kuat dapat memberikan keunggulan kompetitif dan dapat menciptakan kepercayaan dan kesetiaan konsumen. Oleh karena itu, perancangan ulang katalog dan foto produk dapat mencakup pengembangan identitas merek yang lebih kuat agar produk lebih mudah dikenali oleh konsumen.

Kemudian desain produk. Desain produk adalah proses menciptakan produk yang efektif dan efisien dengan mempertimbangkan aspek estetika dan fungsi. Dalam perancangan ulang katalog dan foto produk, perlu dilakukan penataan desain

produk yang lebih menarik dan jelas sehingga konsumen lebih mudah memahami produk yang ditawarkan. Donald A. Norman, dalam bukunya "The Design of Everyday Things" menjelaskan bahwa desain produk yang baik harus mempertimbangkan fungsi, estetika, dan kepuasan pengguna. Dalam perancangan ulang katalog dan foto produk, perlu dilakukan penataan desain produk yang lebih menarik dan jelas sehingga konsumen lebih mudah memahami produk yang ditawarkan.

Teori terakhir yaitu Visual communication. Visual communication merupakan proses penyampaian informasi menggunakan elemen visual seperti gambar, warna, dan bentuk. Dalam perancangan ulang katalog dan foto produk, perlu dilakukan penyusunan visual communication yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh konsumen. Edward Tufte, dalam bukunya "The Visual Display of Quantitative Information" menjelaskan bahwa penyajian informasi yang efektif dan efisien dapat dilakukan dengan menggunakan elemen visual yang tepat dan informatif. Dalam perancangan ulang katalog dan foto produk, perlu dilakukan penyusunan visual communication yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh konsumen.

Dengan mempertimbangkan teori-teori di atas, dapat disimpulkan bahwa bagaimana perbaikan pada elemen produk, identitas merek, desain produk, dan visual communication dapat meningkatkan kualitas katalog dan foto produk sehingga dapat menarik minat konsumen. UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya merencanakan perancangan ulang identitas brand, promosi digital, serta packaging yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan potensial, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Promosi digital dipilih karena penggunaan internet dan media sosial semakin luas dan dapat mencapai target pasar yang lebih besar dan dapat menarik perhatian pelanggan serta memberikan pengalaman positif dalam mengonsumsi produk UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya.

Dengan melakukan kegiatan perancangan ulang identitas brand, promosi digital, serta packaging diharapkan UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya dapat meningkatkan awareness dan penjualan produknya. Hal ini diharapkan dapat membantu UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya untuk bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat dan tetap menjadi pilihan pelanggan setia.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, rumusan masalah dari laporan ini adalah “Bagaimana merancang foto dan katalog produk untuk meningkatkan citra merek serta meningkatkan penjualan UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya?”.

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Untuk memfokuskan permasalahan dan memperjelas tujuan dari laporan ini, maka dibuat batasan masalah sebagai berikut:

1. Secara demografis:

a. Usia: 25-34

Ibu Restu menggunakan aplikasi *Whatsapp* untuk menjalankan usahanya. Kominfo (2017) menuturkan bahwa mayoritas pengguna aplikasi *Whatsapp* sebagian besar berkisar pada umur 20-29 tahun. Data dari Statista (2012) yang menyebutkan jika makanan penutup paling banyak dinikmati oleh orang-orang di rentang usia 25-34 tahun juga ikut memperkuat pernyataan ini, dengan 49% orang dari data tersebut bisa lebih dari satu kali dalam seminggu mengonsumsi makanan penutup.

b. Jenis kelamin: Laki-laki dan Perempuan.

c. Strata Ekonomi Sosial (SES): B

Produk RG Cake and Cookies secara general dibeli oleh masyarakat menengah. Hal ini didasari dengan harga produk yang terjangkau yakni mulai dari Rp. 3,000 hingga Rp. 90,000, sehingga

RG Cake and Cookies menargetkan calon konsumen adalah masyarakat SES B.

2. Secara geografis:

- a. Kewarganegaraan: Indonesia.
- b. Wilayah: Jabodetabek.

RG Cake and Cookies memproduksi produknya di dapur rumah Ibu Restu, di Desa Pagedangan, Kecamatan Tangerang, Banten. Ini yang menjadi alasan konsumen utama RG Cake and Cookies secara geografis berada di wilayah Jabodetabek.

3. Secara psikografis:

- a. Penggemar kue basah dan kering.
- b. Orang yang lebih suka beli makanan secara online.
- c. Orang yang sedang mengadakan acara-acara penting seperti ulang tahun, arisan, syukuran, dsb.
- d. Orang yang ingin memberikan hadiah berupa kue.
- e. Masyarakat yang ingin memberdayakan UMKM di Indonesia.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Maksud dari program MBKM Proyek Desa ini adalah untuk memberikan solusi yang tepat dan efektif bagi UMKM RG Cake and Cookies Desa Pagedangan dalam meningkatkan daya saing bisnisnya di pasar yang semakin ketat.

Tujuan dari laporan ini adalah:

- 1. Merancang ulang identitas brand UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya Desa Pagedangan agar sesuai dengan karakteristik bisnis dan produk yang dimiliki.
- 2. Merancang strategi promosi digital yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan awareness terhadap produk UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya Desa Pagedangan.

3. Merancang packaging produk UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya Desa Pagedangan agar lebih menarik dan ramah lingkungan, serta kuat untuk dikirim antar kota.
4. Memberikan rekomendasi dan saran yang tepat bagi UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya Desa Pagedangan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan daya saing bisnisnya di pasar yang semakin kompetitif.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

MBKM Proyek Desa ini memiliki manfaat sebagai berikut:

Bagi Penulis:

1. Memperluas pengetahuan dan wawasan penulis tentang pengembangan UMKM di Indonesia, terutama dalam hal perancangan identitas brand, promosi digital, dan packaging.
2. Meningkatkan kemampuan penulis dalam menghasilkan laporan atau tulisan yang berkualitas dan bermanfaat bagi orang lain.
3. Memperkuat portofolio penulis sebagai seorang penulis atau konsultan di bidang pengembangan bisnis atau pemasaran.

Bagi Orang Lain:

1. Membantu UMKM dalam mengembangkan bisnisnya, khususnya dalam hal perancangan identitas brand, promosi digital, dan packaging.
2. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya perancangan identitas brand, promosi digital, dan packaging yang tepat dalam memasarkan produk UMKM.
3. Memotivasi dan menginspirasi UMKM untuk mengembangkan bisnisnya.

Bagi Universitas:

1. Menunjukkan kontribusi universitas dalam mendukung pengembangan UMKM di Indonesia melalui riset dan pengembangan.

2. Menunjukkan keunggulan universitas dalam menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan dunia bisnis.
3. Meningkatkan citra dan reputasi universitas sebagai lembaga yang peduli dan berperan aktif dalam pengembangan masyarakat dan ekonomi lokal.

Dengan demikian, laporan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis, orang lain, dan universitas dalam mendukung pengembangan UMKM di Indonesia dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Syarat untuk memenuhi MBKM Proyek Desa ini adalah dengan bekerja selama 800 jam atau 20-21 minggu dengan durasi kerja 9 jam per hari. MBKM Proyek Desa ini akan dikonversi menjadi 20 sks. MBKM Proyek Desa memiliki alur dan tahapan yang harus diikuti oleh mahasiswa.

Tahapan yang pertama merupakan sosialisasi Cluster MBKM untuk menjelaskan dan mensosialisasikan berbagai Cluster yang disediakan oleh Universitas pada tanggal 28 Oktober 2022. Lalu selanjutnya mahasiswa melakukan bimbingan akademik terkait Cluster MBKM yang akan dipilihnya. Setiap mahasiswa diberikan waktu untuk berkonsultasi dengan dosen pembimbing akademik mengenai rencana proyek. Setelah melakukan bimbingan, mahasiswa melakukan pendaftaran KRS semester genap yang dilaksanakan pada tanggal 23 - 27 Januari 2023 untuk mendaftarkan mata kuliah Cluster yang telah mahasiswa pilih.

Pada tanggal 6 Februari mahasiswa sudah mulai memasuki masa perkuliahan (MBKM). Mahasiswa diperkenalkan dengan dosen pembimbing *internal* dan dosen pembimbing *eksternal* melalui Line dan Whatsapp yang akan

membimbing mereka selama proyek. Pada tanggal 13 Februari diadakan acara serah terima dengan mengirim perwakilan 2 orang dalam satu kelompok. Pada tanggal 27 Februari diadakan pertemuan yang dilaksanakan oleh kepala desa di kantor kecamatan Desa Pagedangan, seluruh anggota tim diajak untuk berkenalan dengan lingkungan sekitar dan UMKM yang berkembang di Desa Pagedangan. Seluruh anggota tim juga mulai melakukan observasi dan mengumpulkan data. Pada tanggal 7 Maret anggota tim dipanggil kembali ke Desa Pagedangan untuk melakukan pembagian UMKM yang tersisa, Mahasiswa juga melakukan wawancara terhadap UMKM yang diambil yaitu RG Cake and Cookies dan Arkandhiya Cakes. Setelah melakukan wawancara, Mahasiswa akan mengerjakan laporan MBKM untuk evaluasi 1.

Pada tanggal 27 Maret - 8 April akan dilakukan evaluasi 1 cluster MBKM. Mahasiswa akan melakukan bimbingan tahap 1 cluster MBKM bersama dosen pembimbing internal dengan minimal 4x bimbingan sebelum evaluasi 1. Pada saat bimbingan, mahasiswa diminta untuk menyiapkan progress report yang berisi laporan kemajuan proyek. Progress report mencakup hasil yang telah dicapai, serta kendala dan tantangan yang dihadapi. Progress report ini akan menjadi acuan bagi dosen pembimbing dan mahasiswa untuk mengevaluasi kemajuan proyek. Dosen pembimbing akan memberikan penilaian terhadap progress report dan presentasi yang telah disampaikan. Dosen Pembimbing akan memberikan masukan dan saran untuk perbaikan dan pengembangan proyek ke depan. Setelah evaluasi selesai, mahasiswa akan diberikan waktu untuk melanjutkan proyek dan memperbaiki hal-hal yang perlu diperbaiki berdasarkan masukan dari dosen pembimbing.

Setelah melaksanakan Evaluasi 1, pada bulan April hingga Mei mahasiswa melakukan pengerjaan proyek MBKM. Pada tahap ini, mahasiswa akan membuat konsep dan desain awal untuk media promosi RG Cake and Cookies. Konsep dan desain dibuat berdasarkan hasil analisis data pada tahap sebelumnya. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menghasilkan desain produk yang sesuai dengan kebutuhan UMKM dan memperbaiki kekurangan yang ada pada desain produk dan media

promosi sebelumnya. Mahasiswa juga akan menyelesaikan Laporan MBKM bab 4-5 untuk dievaluasi pada saat bimbingan dengan dosen pembimbing sebelum tahap evaluasi 2 di bulan Juni. Dalam 2 bulan ini, penulis dan tim perlu menghubungi dosen *internal*, dosen *eksternal* dan pemilik UMKM RG Cake and Cookies dan Arkandhiya Cakes untuk berkoordinasi dan mendapatkan umpan balik. Hal ini dilakukan agar mahasiswa dapat memperbaiki desain produk dan mengetahui apakah desain produk sudah sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

Pada tanggal 19 - 23 Juni akan dilakukan penilaian evaluasi 2 cluster MBKM. Peserta harus menyiapkan laporan akhir MBKM Proyek Desa yang berisi penjelasan tentang proyek secara keseluruhan. Laporan akhir MBKM Proyek Desa harus dipersiapkan dengan baik dan harus mencakup semua aspek proyek secara lengkap dan detail.

Sidang evaluasi 2 cluster MBKM akan dilakukan pada tanggal 10 - 24 Juli. Pada tahap ini, mahasiswa harus menyerahkan laporan akhir MBKM Proyek Desa dan melakukan presentasi kepada dosen pembimbing, dosen penguji dan Ketua Program Studi DKV. Presentasi ini harus mencakup penjelasan tentang konsep perancangan ulang katalog dan foto produk, langkah-langkah yang telah diambil dalam proyek, hasil yang telah dicapai, serta kesimpulan dan saran untuk pengembangan proyek di masa depan.

U M N
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