

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Usaha Mikro, Kecil, Menengah atau yang biasa disebut dengan UMKM adalah sebuah perusahaan kecil yang dapat dikembangkan oleh masyarakat setempat. Berdasarkan pada Undang-undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 1, Usaha Mikro, Kecil, Menengah merupakan usaha produktif milik seorang individu atau badan usaha perorangan yang berdiri sendiri atau secara mandiri dan tidak termasuk sebagai anak sebuah perusahaan atau cabang perusahaan lainnya. Sebuah usaha yang dimiliki oleh masyarakat dapat dikatakan sebagai UMKM apabila mempunyai pengaturan keuangan yang masih belum tersusun secara terperinci, dengan Sumber Daya Manusia (SDM) yang masih belum cukup terlatih di dalam dunia bisnis atau usaha, serta belum menerapkan sistem administrasi organisasi.

Terdapat banyak manfaat yang dapat dihasilkan dari UMKM, bagi masyarakat sendiri, UMKM dapat meningkatkan perkembangan perekonomian rakyat, dimana dengan tersebarnya UMKM. Supriyanto (2006), menyimpulkan bahwa UMKM mempunyai potensi yang besar dalam upaya untuk menanggulangi kemiskinan yang terjadi di Indonesia. UMKM dapat mengurangi celah antara masyarakat kelas bawah dengan masyarakat kelas atas di Indonesia. Dengan berkembangnya UMKM di Indonesia, Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat dalam usaha UMKM dapat mendapatkan pengetahuan mengenai kewirausahaan.

Untuk meningkatkan perkembangan UMKM di negara Indonesia, penulis menawarkan solusi untuk membantu beberapa UMKM di salah satu desa di Kota Tangerang, yaitu Desa Kemuning. Desa Kemuning merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang, Banten, Indonesia yang mempunyai potensi dalam mengembangkan UMKM yang dimiliki oleh rakyat yang tinggal di desa tersebut. Penulis merancang solusi untuk mengembangkan media-media promosi bagi beberapa UMKM yang terdapat di Desa Kemuning dengan

tujuan agar Desa Kemuning dapat lebih dikenal oleh masyarakat kota Tangerang maupun luar kota Tangerang. Salah satu UMKM yang ditangani oleh penulis adalah Dapoer Bu Siti yang dibentuk pada tahun 2020 oleh Ibu Siti Ngafiah. Produk UMKM Dapoer Bu Siti sendiri menjual makanan-makanan ringan seperti bakso goreng, peyek, kacang goreng, dan makaroni. Masih terdapat beberapa kekurangan pada kegiatan promosi produk Dapoer Bu Siti, seperti kurangnya pemasaran pada sosial media, serta media-media promosi lainnya.

Menurut Laksana (2019), promosi merupakan sebuah teknik komunikasi yang dilakukan oleh produsen dan konsumen yang bertujuan untuk bertukar informasi mengenai sebuah produk yang ditawarkan oleh produsen agar konsumen tertarik dengan produk tersebut. Sedangkan media promosi merupakan segala bentuk media yang dapat digunakan sebagai kegiatan promosi sebuah produk ataupun jasa. Dengan memanfaatkan media promosi, dapat mempermudah produsen untuk menjangkau audiensnya. Berdasarkan permasalahan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media promosi merupakan salah satu cara yang efektif dalam upaya untuk mengembangkan penjualan UMKM di Desa Kemuning.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan informasi yang dituliskan pada latar belakang, maka dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana merancang media promosi untuk meningkatkan pemasaran UMKM Dapoer Bu Siti di Desa Kemuning?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Sesuai dengan latar belakang dari permasalahan yang ada, untuk mencapai target permasalahan yang lebih spesifik, penulis merancang batasan masalah sebagai berikut:

1. Perancangan ini merupakan media-media promosi berbasis *digital* dan analog yang berupa sosial media seperti *Instagram*, poster dengan ukuran A3, brosur, dan juga *standing banner* yang bertujuan untuk

mempromosikan produk Dapoer Bu Siti terutama ketika pihak Dapoer Bu Siti melakukan kegiatan seperti bazar.

2. Meliputi perancangan visualisasi desain pada setiap media-media promosi, konten, serta *copywriting* yang nantinya akan meningkatkan kualitas media-media promosi ketika dipublikasikan.
3. Menurut Robin Landa (2014), Desain Grafis termasuk dalam salah satu bentuk dari Desain Komunikasi Visual. Desain Grafis mempunyai fungsi untuk mempermudah menyampaikan pesan kepada audiens melalui sebuah visual yang mudah untuk dicerna oleh masyarakat. Terdapat beberapa elemen Desain Grafis, yaitu garis, bentuk, warna, dan tekstur.
4. Segmentasi Demografis dalam perancangan ini adalah remaja hingga dewasa dengan rentan usia 17 - 35.
5. Segmentasi Geografis dalam perancangan ini adalah masyarakat yang tinggal di sekitar wilayah Tangerang dan juga di luar Tangerang.
6. Segmentasi Psikografis dari target penelitian ini adalah masyarakat yang rentan menyukai makanan ringan, makanan yang gurih serta pedas, mudah untuk dikonsumsi, dan praktis.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Terdapat beberapa maksud dan tujuan penulis dalam proses perancangan ini, yaitu:

1. Meningkatkan kualitas perkembangan UMKM di Indonesia.
2. Membantu masyarakat setempat, terutama masyarakat Desa Kemuning agar lebih memahami cara untuk mempromosikan produk atau usahanya.
3. Meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat di Desa Kemuning.
4. Meningkatkan UMKM Dapoer Bu Siti dari Desa Kemuning agar lebih dikenal oleh masyarakat baik dari dalam maupun dari luar kota Tangerang.
5. Meningkatkan ketertarikan masyarakat luas terhadap UMKM yang terdapat di Desa Kemuning.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Media Promosi merupakan media-media yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa. Dengan menggunakan media promosi, dapat mempermudah produsen untuk menjangkau para audiens, meningkatkan nilai suatu produk, meningkatkan *personal branding* dari sebuah produk, memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para konsumen, serta meningkatkan kepercayaan audiens terhadap produk yang ditawarkan.

Manfaat dari perancangan ini bagi penulis adalah untuk meningkatkan kemampuan individu dalam merancang media-media promosi. Penulis menyadari bahwa dalam merancang media promosi tidak hanya visual yang harus diperhatikan, namun juga harus memperhatikan cara agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat diterima dan dijangkau dengan mudah oleh masyarakat luas dari dalam maupun luar kota.

Perancangan ini dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap penggunaan media-media promosi baik media berbasis *digital* maupun analog, dan meningkatkan pemasaran produk UMKM agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Media promosi berbasis digital juga dapat meningkatkan pengetahuan para pemilik UMKM dalam penggunaan internet atau media sosial.

Manfaat perancangan ini bagi Universitas Multimedia Nusantara adalah kemampuan untuk memberikan sarana berupa ilmu pengetahuan bagi mahasiswa dalam upaya untuk meningkatkan UMKM di Desa Kemuning. Dengan begitu, dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Rincian pelaksanaan proyek MBKM Cluster Proyek Desa telah disusun dengan skema waktu dan perencanaan kerja yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Timeline Perancangan

		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
Metode	Tahap	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Overview	Riset Desa Kemuning																				
	Pengumpulan Data UMKM (Wawancara dan Observasi)																				
Strategi	Analisis Data																				
	Penentuan Strategi																				
Ideas	Membuat konsep																				
	Sketsa																				
Designing	Visualisasi Proyek 1, 2, 3																				
Production	Budgeting																				
	Printing																				
Implementasi	Packaging																				
	Graphic Standard Manual																				
	Feedback																				

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