

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini, UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) semakin disuarakan demi dapat mendongkrak perekonomian di Indonesia, karena dampak positifnya yang dapat mengurangi pengangguran dengan adanya peluang pekerjaannya yang diciptakan. UMKM dapat menjadi salah satu langkah tepat untuk menunjang perekonomian masyarakat khususnya di daerah Desa Munca.

Semakin meningkat perkembangan industri di Indonesia pada setiap tahunnya, memberikan dampak perubahan yang signifikan bagi para pelaku UMKM untuk berlomba dan bersaing memenuhi kebutuhan konsumen masyarakat. Banyak pelaku usaha yang menjadikan kaum milenial sebagai target pasar potensial, tidak terkecuali pada industri makanan dan minuman. Pada dasarnya sekarang ini pasar milenial lebih mengutamakan tampilan desain produk ketimbang kualitas rasa. Kebanyakan kaum milenial cenderung menyukai sesuatu yang terlihat simple dan mengikuti perkembangan zaman. Hal ini seakan menuntut setiap pelaku usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai lebih kepada target pasar melalui pengemasan produk dengan inovasi, kualitas dan harga yang bersaing. Upaya untuk memuaskan dan menjalin hubungan baik dengan target konsumen, suatu produk harus membuat dirinya terlihat berbeda dengan para kompetitornya. Satu diantaranya melalui desain identitas produk. Akan tetapi sampai saat ini banyak pelaku usaha yang belum begitu mengetahui pentingnya identitas dari sebuah produk. Terutama produk usaha rumahan, baik itu produk makanan maupun minuman. Bahkan mereka mengemas produknya dengan sederhana tanpa ada identitas yang di cantumkan. Seperti halnya produk UMKM Emping Munca asal Desa Munca yang dirintis oleh Ibu Sumarni yang belum memiliki identitas produk seperti logo dan label. Emping Munca adalah salah satu jenis Produk makanan emping yang terbuat dari biji melinjo.

Persaingan pasar produk makanan yang semakin kompetitif menjadi salah satu tantangan besar bagi UMKM Emping Munca untuk meningkatkan kualitas produk mereka agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Berdasarkan kenyataan di lapangan, Emping Munca memiliki kelemahan pada aspek *brand identity*, dalam artian produk ini tidak memiliki identitas, melainkan hanya dikemas dengan plastik transparan tanpa label, sehingga kurang menarik bagi konsumen dan tidak ada pembeda yang mencolok untuk produk Emping Munca. Sedangkan sudah banyak produk sejenis yang bersaing dipasar produk makanan dengan *brand identity* yang menarik.

Adapun masalah yang terjadi pada UMKM Emping Munca yaitu tidak terdapat identitas usaha sehingga tidak ada pembeda dengan kompetitor yang membuat produk kurang dapat dikenal oleh masyarakat luas.

#### **1.1.1 Profil dan Potensi Desa**

Teluk Pandan merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Pesawaran, Lampung, Indonesia. Teluk Pandan merupakan hasil pemekaran dari kecamatan dari Padang Cermin, berjarak 16 KM dari kota Bandar Lampung. Kecamatan Teluk Pandan terdiri dari 10 desa, salah satunya adalah Desa Munca. Desa Munca terbentuk pada tahun 2012, terdiri dari Dusun Sungkai, Dusun Munca, dan Dusun Way Reda, terbagi menjadi 18 Rukun Tetangga, dengan luas 615 ha. Sampai pada tahun 2023 pendataan kependudukan Desa Munca saat ini berjumlah 1.139 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 602 jiwa dan wanita sebanyak 537 jiwa dengan jumlah KK sebanyak 300.

Terletak di daratan pegunungan yang membentang luas dengan aset perkebunan. Hasil bumi yang ada di desa antara lain, Tangkil, Pala, dan kakao. Sebagian besar penduduk Dusun munca bermata pencaharian sebagai petani. Penduduk Desa Munca memiliki latar belakang agama, suku, dan budaya yang sama yaitu beragama islam dan suku sunda. Ada beberapa UMKM di Desa Munca diantaranya dibidang kuliner dan kerajinan tangan.



**Gambar 1.1 Peta Desa Munca**

### 1.1.2 Profil UMKM

Emping Munca merupakan UMKM yang berada di desa Munca, bergerak pada bidang pengolahan makanan ringan emping tangkil. UMKM ini di pimpin oleh Ibu Sumarni, menyediakan olahan emping tangkil mentah dan matang dengan beberapa variasi rasa yang disediakan. Terletak di Dusun Way Reda, Desa Munca, Kecamatan Teluk Pandan.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebagaimana yang telah diuraikan, maka penelitian ini merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengenalkan pentingnya suatu identitas pada UMKM Emping Munca?
2. Bagaimana proses pembuatan desain suatu identitas untuk UMKM Emping Munca?
3. Apa manfaat dari pembuatan *brand identity* pada UMKM Emping Munca?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan

1. Semakin ketatnya persaingan pasar peran *brand identity* sangat dibutuhkan sebagai pembeda suatu produk dari kompetitor, hal ini membantu para konsumen untuk mengenali produk Emping Munca.
2. Untuk memberikan pengetahuan tentang proses penciptaan *brand identity* melalui proses kreatif.

3. Untuk memberikan pengetahuan berupa manfaat memiliki *brand identity* kepada UMKM Emping Munca agar pemilik UMKM mengetahui pentingnya sebuah identitas dalam berusaha.

#### Manfaat bagi IIB Darmajaya

1. Sebagai acuan dan bahan atau referensi tambahan pengetahuan desain bagi aktivitas akademik IIB Darmajaya.
2. Sebagai tolak ukur hasil pendidikan yang dicapai penulis selama melaksanakan PKPM.
3. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat, khususnya masyarakat Desa Munca.
4. Sebagai media promosi bagi IIB Darmajaya
5. Meningkatkan dan memperluas kerja sama dengan instansi lain melalui mahasiswa yang melaksanakan PKPM.

#### Manfaat bagi mahasiswa

1. Memotivasi mahasiswa untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya.
2. Menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa dalam bersosialisasi di masyarakat.
3. Menjadi sarana pembelajaran mahasiswa dalam menyalurkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan.
4. Sebagai wujud pengabdian kepada masyarakat.
5. Salah satu acuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa

#### Manfaat bagi Desa Munca

1. Menumbuhkan inovasi dan kreativitas bagi masyarakat Desa Munca.
2. Meningkatkan pengetahuan potensi desa melalui media sosial.
3. Adanya pengembangan UMKM, diharapkan dapat meningkatkan nilai jual dan kualitas dipasaran.
4. Memberikan inspirasi kepada masyarakat dalam upaya memanfaatkan potensi-potensi usaha di Desa Munca.

## **1.4 Mitra yang Terlibat**

Mitra yang terlibat dalam pelaksanaan PKPM ini, yaitu:

### **1.4.1 Perangkat Desa**

Kegiatan PKPM ini melibatkan seluruh perangkat Desa Munca, yang selalu memberi arahan dan masukan agar program PKPM dapat berjalan sesuai dengan yang sudah disusun.

### **1.4.2 Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)**

Kepada Bapak Muhammad Fauzan Azima, S.Kom., M.T.I., M.T.A selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) dalam PKPM ini yang telah memberi bimbingan, arahan, petunjuk, serta saran-saran yang sangat bermanfaat dalam kegiatan sampai dengan penulisan laporan PKPM.

### **1.4.3 Masyarakat Desa Munca**

Keterlibatan masyarakat sekitar Desa Munca tidak kalah penting sebagai salah satu fundamen untuk membantu berjalannya program PKPM ini agar berjalan sesuai dengan yang telah disusun.

### **1.4.4 UMKM Emping Munca**

Tujuan utama dari pelaksanaan PKPM ini adalah membantu meningkatkan UMKM melalui inovasi teknologi dan komunikasi. UMKM Emping Munca merupakan salah satu UMKM yang saya tuju dalam menerapkan program kegiatan guna meningkatkan citra produk melalui penciptaan *brand identity* UMKM Emping Munca.