

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) merupakan tulang punggung Nasional karena UMKM memiliki peranan besar sebagai penggerak roda perekonomian di sebuah negara, baik itu di negara maju maupun di negara berkembang. Namun masih sangat banyak UMKM yang tidak dapat mengembangkan bisnis nya dikarenakan beberapa factor antara lain yaitu : persaingan pasar yang sangat ketat dan kurangnya pemanfaatan teknologi guna untuk pemasaran produk.

Program Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat yang berfokus pada pendampingan UMKM menuju digitalisasi hadir sebagai respons terhadap kebutuhan ini. Kami berharap dengan melalui program ini, kami dapat menerapkan pengetahuan teoritis dalam konteks praktis, sambil membantu UMKM lokal meningkatkan daya saing mereka di era digital.

Dalam konteks ini, laporan PKPM ini akan menggambarkan proses, tantangan, dan hasil dari upaya pendampingan UMKM dalam perjalanan mereka menuju digitalisasi. Pengalaman dan wawasan yang diperoleh dari program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga bagi pengembangan strategi yang lebih efektif untuk mendukung transformasi digital UMKM di Indonesia.

Sehubungan dengan uraian diatas, maka saya berupaya untuk membantu permasalahan yang terjadi yakni dengan mengimplementasikan pengetahuan saya dalam bidang ekonom, teknologi, dan komunikasi kepada masyarakat Kelurahan Metro dan UMKM. Demikian, laporan ini saya buat dengan tema mengenalkan produk asli UMKM Desa Kelurahan Metro dengan mengangkat sebuah judul **“OPTIMALISASI PERAN LOGO DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DAN BANK SAMPAH DI ERA DIGITAL**

”

1.1.1 Profil dan Potensi Kelurahan



Gambar 1. 1 Peta Desa Metro

Kelurahan Metro merupakan salah satu wilayah yang terletak di kecamatan Metro pusat, kota Metro, Lampung, Indonesia dengan luas wilayah sekitar 2,28 Km². pada saat ini pertumbuhan penduduk di kelurahan metro sendiri yaitu berjumlah sebanyak 4.370 kk atau sekitar 14.507 jiwa yang ada di kelurahan metro itu sendiri adapun sebagian besar mata pencaharian penduduk di kelurahan Metro sendiri memiliki beragam mata pencaharian yang mencerminkan dinamika ekonomi kota. Sektor jasa menjadi tulang punggung ekonomi di sini, ditandai dengan banyaknya:

- Toko dan Warung: Hampir di setiap sudut jalan, kita bisa menemukan toko kelontong, warung makan, hingga toko pakaian. Mereka menjadi penyedia kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat sekitar.
- Pusat Perbelanjaan: Keberadaan pusat perbelanjaan modern juga menarik minat masyarakat untuk berbelanja dan menjadi sumber penghasilan bagi banyak orang.
- Perhotelan dan Restoran: Dengan adanya beberapa hotel dan restoran, sektor pariwisata juga turut menyumbang pada perekonomian Kelurahan Metro.
- Perkantoran: Banyak penduduk yang bekerja di berbagai kantor pemerintahan, perusahaan swasta, maupun lembaga lainnya.

Selain sektor jasa, sektor lain seperti industri kecil dan menengah juga cukup berkembang. Beberapa warga menghasilkan produk-produk kerajinan tangan, makanan olahan, atau produk lainnya yang dijual baik di pasar lokal maupun secara online.

1.1.2 Profil UMKM

UMKM Tas Anyam Viona Collection merupakan sebuah UMKM yang berdiri sejak tahun 2022 dan beralamat di Jl. Mawar Barat No.78, Metro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung 34121. UMKM Viona Collection bergerak di bidang kerajinan tangan tas anyam, telah merasakan secara langsung dampak signifikan dari perubahan logo terhadap daya saing bisnisnya di era digital. Logo baru yang lebih modern dan memikat berhasil meningkatkan daya tarik produk dan memperluas jangkauan pasar. Kasus ini menjadi bukti nyata bahwa sebuah logo yang dirancang dengan baik memiliki peran krusial dalam membedakan sebuah UMKM dari kompetitornya, khususnya dalam konteks bisnis online yang semakin kompetitif.

Optimalisasi logo tidak hanya terbatas pada UMKM seperti Viona Collection, tetapi juga dapat diterapkan pada Bank Sampah. Logo yang menarik dan relevan akan membantu bank sampah membangun citra positif, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan sampah, serta menarik lebih banyak partisipasi dari masyarakat. Dalam era digital, logo bank sampah yang kuat dapat menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan lingkungan dan mendorong perubahan perilaku.

Dengan optimalisasi logo, UMKM Tas Anyam Viona Collection dan Bank Sampah mendapatkan banyak benefit berupa :

- **Meningkatkan daya tarik visual:** Logo yang menarik akan membuat produk atau layanan lebih mudah diingat dan dibedakan dengan kompetitor lainnya.
- **Membangun brand awareness:** Logo yang konsisten digunakan dalam semua sebuah promosi akan membantu membangun kesadaran merek di benak konsumen sehingga akan meningkatkan potensi pembelian dari para konsumen.
- **Meningkatkan kepercayaan konsumen:** Logo yang profesional dan simple memberikan kesan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan berkualitas dan terpercaya sehingga konsumen tidak ragu dalam membeli produk.
- **Memperluas jangkauan pasar:** Logo yang kuat akan memudahkan UMKM dan bank sampah untuk bersaing di pasar digital yang semakin luas.

Studi kasus Viona Collection menunjukkan bahwa investasi dalam desain logo merupakan salah satu langkah strategis yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi UMKM dan bank sampah. Dengan logo

yang tepat, mereka dapat bersaing secara efektif di Dunia digital serta meningkatkan brand awarness sehingga dapat mencapai tujuan bisnis yang lebih besar.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada laporan kegiatan PKPM ini yaitu:

1. Bagaimana desain logo yang optimal dapat meningkatkan kesadaran merek (brand awareness), citra merek (brand image), dan minat beli konsumen terhadap produk UMKM Viona Collection dan layanan Bank Sampah, sehingga berdampak pada peningkatan penjualan dan partisipasi masyarakat dalam memasarkan

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Kegiatan

- a. Menganalisis pengaruh desain logo yang berbeda terhadap persepsi konsumen terhadap produk tas anyam Viona Collection dan layanan bank sampah.
- b. Untuk mengetahui sejauh mana logo yang optimal dapat meningkatkan kesadaran merek dan citra merek kedua entitas tersebut.
- c. Mengidentifikasi faktor-faktor desain logo yang paling efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan partisipasi masyarakat.

1.3.2 Manfaat Kegiatan

A. Manfaat untuk Mahasiswa

1. Meningkatkan Kemampuan Digitalisasi Pelaku UMKM untuk Mendukung Pertumbuhan Bisnis Program ini memberikan manfaat dalam hal peningkatan kemampuan digitalisasi pelaku UMKM, khususnya dalam memanfaatkan media social dan google bisnis sebagai alat pemasaran yang efektif. Dengan pemahaman dan keterampilan yang lebih baik dalam membuat dan mengelola akun media sosial, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka, menjangkau target pasar yang lebih luas, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan produk mereka. Hal ini juga diharapkan dapat

membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada platform digital dalam melakukan pembelian dan berinteraksi dengan brand.

2. Mendorong Penguatan Identitas dan Citra Brand UMKM melalui Logo bisnis ,pelaku UMKM akan memperoleh pengetahuan tentang bagaimana logo memperkuat identitas serta citra brand mereka di media sosial. Manfaat ini tidak hanya mencakup peningkatan visibilitas di pasar, tetapi juga membantu UMKM dalam menciptakan hubungan yang lebih erat dengan konsumen. Dengan kehadiran sebuah Logo Bisnis , UMKM dapat membangun brand awareness yang lebih kuat, meningkatkan kepercayaan pelanggan,memperluas jangkauan,serta mengembangkan loyalitas yang lebih tinggi, yang semuanya berkontribusi pada keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

1.4 Mitra Yang Terlibat

1. Lurah Metro Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung
2. Aparatur kelurahan Metro Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung.
3. Pemilik UMKM Tas Anyam Viona Collection, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung.
4. Kepala Program Bank Sampah Unit Bunga Melati kelurahan Metro, kec.Metro Pusat, kota Metro, Lampung
5. Rw 07 Kel Ganjar Agung, Kec. Metro Barat, Kota Metro, Lampung
6. Lingkungan Sekitar.
7. Pemuda Pemudi kelurahan Ganjar Agung.