

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik Kuliah Pengabdian Masyarakat (PKPM) adalah salah satu bentuk implementasi tridharma perguruan tinggi yang mencakup pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. PKPM merupakan program wajib bagi mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya (Darmajaya) yang bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu yang telah mereka pelajari di bangku kuliah untuk membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat, khususnya di bidang ekonomi, teknologi, dan manajemen.

Dalam konteks ini, PKPM Darmajaya menitik beratkan pada peningkatan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah setempat. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena menjadi penyumbang terbesar dalam penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi. Namun, UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan seperti kurangnya akses terhadap teknologi, keterbatasan dalam pemasaran, dan manajemen keuangan yang belum optimal. Untuk itu, PKPM Darmajaya hadir sebagai solusi yang memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan UMKM melalui pendampingan dan pelatihan langsung dari mahasiswa.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Dengan jumlah unit usaha yang mendominasi sektor ekonomi, UMKM tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, tetapi juga menyediakan lapangan pekerjaan bagi jutaan orang. Di tengah globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks. Salah satu tantangan terbesar adalah bagaimana produk mereka

dapat bersaing dan mendapatkan tempat di hati konsumen, baik di pasar lokal maupun internasional.

Di era modern ini, konsumen tidak hanya mencari produk yang berkualitas, tetapi juga produk yang mampu menyampaikan cerita, nilai, dan identitas yang kuat. Desain kemasan dan logo menjadi elemen yang semakin vital dalam proses pemasaran. Keduanya tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menarik perhatian konsumen, tetapi juga sebagai media komunikasi yang dapat membangun persepsi merek, menyampaikan pesan produk, dan menciptakan kesan yang abadi.

Kemasan produk yang efektif bukan hanya soal estetika, tetapi juga mencakup aspek fungsionalitas dan keberlanjutan. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat melindungi produk dari kerusakan, mempermudah distribusi, dan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen. Di sisi lain, logo yang kuat dan mudah dikenali dapat memperkuat identitas merek dan membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Kedua elemen ini, jika dirancang dan diimplementasikan dengan tepat, memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya tarik produk UMKM di pasar yang sangat kompetitif.

Namun, masih banyak UMKM yang menghadapi keterbatasan dalam hal sumber daya, pengetahuan, dan akses terhadap layanan desain profesional. Beberapa UMKM mungkin masih menganggap desain kemasan dan logo sebagai elemen tambahan yang tidak terlalu mendesak. Termasuk UMKM Keripik Sari Rasa terkait kemasan dan logo adalah belum adanya identitas visual yang kuat dan konsisten. Desain kemasan yang kurang menarik serta sederhana membuat produk sulit bersaing di pasaran, sementara logo yang tidak ada membuat usaha ini sulit diingat oleh konsumen. Selain itu, kemasan belum dimanfaatkan secara optimal sebagai alat pemasaran, baik untuk menarik perhatian di rak toko maupun di media sosial. Untuk meningkatkan daya tarik produk, penting bagi UMKM ini untuk mengembangkan logo dan kemasan yang profesional dan konsisten, sehingga mampu membangun pengenalan merek yang lebih baik dan menarik lebih banyak konsumen.

1.1.1 Profil Dan Potensi Desa



Gambar 1. 1 Peta Desa Taman Sari

Desa Taman Sari merupakan bagian dari Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran yang mempunyai luas wilayah sekitar 2.118 ha/m². Pada saat ini pertumbuhan penduduk di Desa Taman Sari berjumlah sebanyak 1.235 KK. Sebagian besar penduduk Desa Taman Sari bermata pencaharian sebagai pedagang dan petani. Dari segi pemerintahan desa, Desa Taman Sari memiliki 8 dusun yang dipimpin oleh 1 orang kepala dusun. Dusun-dusun tersebut adalah :

1. Dusun Taman Sari I
2. Dusun Taman Sari II
3. Dusun Sumber Sari I
4. Dusun Sumber Sari II,
5. Dusun Sumber Sari III
6. Dusun Sumber Sari IV
7. Dusun Bangun Harjo
8. Dusun Pasir Erih.

1.1.2 Profil UMKM

UMKM Keripik Sari Rasa adalah usaha yang memproduksi keripik pisang dan umbi-umbian, berlokasi di Desa Taman Sari, Gedong Tataan. Didirikan oleh Ibu Ria pada tahun 2022, UMKM ini menghadapi tantangan dalam memperluas pasar karena keterbatasan teknologi dan SDM.

Sebagai bagian dari program PKPM IIB Darmajaya, saya membantu UMKM ini dengan mengembangkan desain logo dan kemasan yang menarik serta fungsional. Tujuan kami adalah memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya tarik produk di pasar yang lebih luas.

1.2 Rumusan Masalah

Pada UMKM Keripik Sari Rasa ini, memiliki kekurangan dari segi pengembangannya berbasis digital. Karena belum ada pengembangan yang dilakukan masih menggunakan cara yang sederhana atau tradisional bisa dibilang kurang maksimal, oleh karena itu maka rumusan masalah yang diambil adalah :

1. Bagaimana pembuatan kemasan untuk meningkatkan daya tarik produk.
2. Bagaimana pembuatan logo umkm untuk meningkatkan daya tarik produk.

1.3 Tujuan Dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Kegiatan

1. Mengidentifikasi peran penting desain kemasan dan logo dalam meningkatkan daya tarik dan penjualan produk UMKM.
2. Mengidentifikasi tantangan-tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam proses pengembangan desain kemasan dan logo, serta memberikan solusi untuk mengatasi tantangan tersebut.
3. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman UMKM tentang pentingnya desain kemasan dan logo dalam membangun identitas merek dan meningkatkan loyalitas konsumen.

1.3.2 Manfaat Kegiatan

1. Peningkatan Daya Saing Produk: Dengan desain kemasan dan logo yang menarik, produk UMKM dapat tampil lebih menarik dan kompetitif, sehingga lebih mampu bersaing di pasar yang semakin ketat.

2. Peningkatan Penjualan: Desain kemasan dan logo yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan volume penjualan produk.
3. Penguatan Identitas Merek: Melalui penerapan desain yang konsisten dan strategis, UMKM dapat membangun identitas merek yang lebih kuat dan mudah dikenali oleh konsumen.

1.4 Mitra Yang Terlibat

1. Kepala Desa Taman Sari, Kec Gedong Tataan, Pesawaran.
2. Aparatur Desa Taman Sari, Kec. Gedong Tatan, Pesawaran.
3. Pemilik UMKM Keripik Sari Rasa, Desa Taman Sari, Sumber Sari II Kec. Gedong Tataan, Pesawaran.
4. Seluruh Perangkat Desa dan Masyarakat Desa yang telah menerima kami selama kegiatan PKPM Berlangsung.
5. Pemuda Pemudi Desa Taman Sari.