

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, salah satu tantangan utama yang sering dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan dalam hal branding dan visual identity. Visual identity yang kuat dapat membantu sebuah UMKM untuk lebih dikenal oleh masyarakat, membedakan produknya dari kompetitor, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan. Sayangnya, banyak UMKM yang masih kurang memperhatikan aspek ini, termasuk UMKM Tahu Bapak Royani yang terletak di Desa Pejambon, Kecamatan Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran

Tahu Bapak Royani merupakan salah satu UMKM lokal yang bergerak di bidang produksi dan penjualan tahu dan tempe. Meskipun memiliki produk yang berkualitas dan telah memiliki basis pelanggan yang loyal, UMKM ini belum memiliki visual identity yang menonjol. Kurangnya elemen visual seperti logo, banner, dan stiker kemasan yang menarik membuat produk Tahu Bapak Royani kurang dikenali oleh konsumen baru dan sulit bersaing di pasar yang lebih luas.

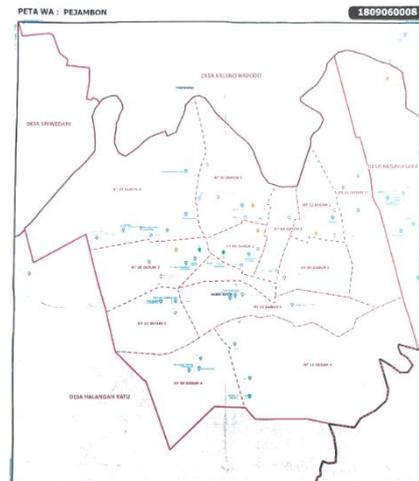
Dalam konteks inilah pentingnya sebuah visual identity yang kuat menjadi sangat relevan. Melalui program praktik kerja dan pengabdian masyarakat, dilakukan upaya untuk meningkatkan visual identity UMKM Tahu Bapak Royani melalui pembuatan banner dan stiker kemasan yang lebih menarik. Elemen-elemen visual ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai representasi identitas dari Tahu Bapak Royani, yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat brand awareness di kalangan konsumen.

Dengan latar belakang tersebut, laporan ini akan membahas proses perancangan dan implementasi visual identity untuk UMKM Tahu Bapak Royani, serta dampaknya terhadap pengenalan dan penjualan produk. Program ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi UMKM lain dalam memahami pentingnya visual identity dan bagaimana elemen-elemen branding

sederhana seperti banner dan stiker kemasan dapat memberikan kontribusi besar terhadap kesuksesan bisnis.

1.2 Profil desa dan Potensi desa

1.2.1 Profil Desa



Gambar 1 1 peta desa pejambon

Desa pejambon terletak di wilayah kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran dan telah berusia kurang lebih 80 tahun, sebelum menjadi desa dan memiliki pemerintahan sendiri, desa pejambon menjadi bagian dari Negeri Sipin dibawah pimpinan kampong Halangan Ratu. Pada tahun 1935 desa Pejambon resmi terpisah dengan kampong Halangan Ratu dan memiliki kepala kampong dan disahkan oleh pesirah (sebutan Camat saat ini) dan Bapak Kartopawiro diangkat menjadi kepala kampong Pejambon. Pada saat itu desa Pejambon memiliki beberapa dusun yaitu Dusun Sidodadi, Dusun Trirahayu, dandusun Waluyo, setelah beberapa waktu mengalami perkembangan yaitu Dusun Sidodadi memisahkanmemjadi desa Negarasaka pada tahun 1969 dan dusun Trirahayu pada tahun 1986 sedangkan dusun Waluyo masi tetap menjadi wilayah desa Pejambon. sejak berdiri desa Pejambon telah dipimpin oleh 17 orang kepala desa.

Desa Pejambon secara Administrasi terbagi menjadi empat dusun yakni: Dusun I, Dusun II, Dusun III, Dusun IV, dan Dusun V, dengan batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan : Sungai Way Sekampung (Desa Kresnwidodo)
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan : Dusun Tugu Sari
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan : Desa Halangna Ratu

- d. Sebelah Timur berbatasan dengan : Desa Negara Saka

Secara keseluruhan luas wilayah desa Pejambon adalah 700 ha. Yang terbagi beberapa wilayah yaitu:

- a. Pemukiman : 275 ha
- b. Pertanian Sawah : 90 ha
- c. Perkebunan / ladang : 220 ha
- d. Sekolah : 1,5 ha
- e. Lapangan : 1,2 ha
- f. Tanah milik desa : 2,2 ha
- g. Lain- lain : 110,1 ha

1.2.2 Potensi Desa

- a. Sumber daya alam

Potensi yang dimiliki desa Pejambon adalah sumber daya alam yang dimiliki desa seperti lahan kosong, sungai, sawah, perkebunan yang pada saat ini belum dimanfaatkan secara maksimal.

- b. Sumber daya manusia

Potensi yang dimiliki desa Pejambon adalah tenaga, kader kesehatan, kader pertanian dan tersedianya SDM yang memadai.

- c. Sumber daya sosial

Potensi sumber daya sosial yang dimiliki desa Pejambon adalah banyaknya lembaga lembaga yang ada dimasyarakat seperti, LPM, Gapoktan, Pengajian, Kelompok Simpan Pinjam, Posyandu, Karang Taruna, dan lain-lain.

- d. Sumber daya ekonomi

Potensi sumber daya ekonomi yang dimiliki desa Pejambon adalah adanya lahan-lahan pertanian.

Desa Pejambon memiliki potensi UMKM seperti keripik Singkong, marning, manggleng, tahu tempe Pak Royani dan gula aren serta gula kelapa namun pemasaran yang masih sederhana serta kurangnya pengelolaan UMKM menjadi penyebab rendahnya pendapatan. Selain itu, Desa Pejambon juga mempunyai Ecowisata Petik Melon yang saat ini masih dalam pengembangan.

Dan ada juga budaya dan kearifan local untuk melakukan pelestarian dan pembinaan kesenian, yaitu Seni Tari Kuda Lumping.

1.3 Profil UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Berikut profil UMKM

a. Tahu Tempe Pak Royani

Nama Usaha : Tahu Tempe Pak Royani

Product : Tahu dan Tempe

Nama Pemilik : Bapak Royani

Tahun Berdiri : 2011

Alamat Pemilik Usaha : Dusun I, Desa Pejambon, Kecamatan Negeri Katon,
Kabupaten Pesawaran.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan melalui kunjungan langsung ke para UMKM, penulis menemukan bahwa salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya visual identity untuk membranding produk mereka. Akibatnya, produk ini belum dikenal luas oleh konsumen di luar wilayah desa. Padahal, dengan promosi yang tepat, produk memiliki potensi besar untuk menarik perhatian pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana desain banner dan logo yang efektif dan sesuai untuk meningkatkan visual identity UMKM tahu tempe Bapak Royani?
2. Bagaimana dampak peningkatan visual identity melalui banner dan logo stiker pada UMKM tahu tempe Bapak Royani

1.5 Tujuan Dan Manfaat

1.5.1 Tujuan

Berikut ini di adakannya branding umkm pembuatan banner dan pembuatan logo serta gsm adalah ;

1. Pembuatan visual identity yang berupa desain banner dan logo stiker sebagai sarana untuk menampilkan dan mempromosikan UMKM Desa pejambon , terutama untuk UMKM tahu tempe Pak Royani
2. Menghasilkan desain banner dan logo yang efektif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik produk Tahu Tempe Bapak Royani, sehingga dapat memperkuat visual identity UMKM.
3. Meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) serta membantu Tahu Tempe Bapak Royani bersaing di pasar lokal melalui visual identity yang kuat dan mudah dikenali.

1.5.2 Manfaat Kegiatan

a. Manfaat bagi mahasiswa

1. **Pengembangan Keterampilan Desain Grafis:** Mahasiswa akan mendapatkan pengalaman praktis dalam merancang visual identity, termasuk banner dan logo, yang relevan dengan kebutuhan UMKM. Proyek ini membantu mengasah keterampilan di bidang desain grafis yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan bisnis.
2. **Portofolio Profesional:** Desain banner dan logo yang dihasilkan dapat dimasukkan ke dalam portofolio mahasiswa sebagai bukti pengalaman kerja yang nyata, meningkatkan nilai jual mahasiswa di dunia kerja setelah lulus.

b. Mnafaat bagi umkm

1. **Menarik Lebih Banyak Konsumen:** Desain yang menarik pada banner dan stiker kemasan dapat membuat produk lebih menonjol di pasar dan menarik

minat konsumen baru. Kemasan yang baik juga meningkatkan persepsi nilai produk, sehingga konsumen cenderung memilih produk tersebut.

2. **Memperluas Jangkauan Pasar:** Dengan desain visual yang lebih efektif pada banner dan stiker kemasan, UMKM dapat lebih mudah memperluas jangkauan pasarnya, baik secara lokal maupun ke pasar yang lebih luas. Desain yang profesional juga membuka peluang untuk masuk ke toko-toko modern atau online marketplace.
- c. Manfaat bagi Institute Informatika dan Bisnis Darmajaya
1. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya Desa Pejambon.
 2. Mempromosikan kampus IIB Darmajaya yang terkenal akan kampus berbasis Teknologi Informatika dan Ekonomi Bisnis kepada masyarakat desa.
 3. Hasil dari laporan ini diharapkan menjadi bahan literatur mahasiswa yang akan membuat laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) berikutnya.

1.6 Mitra Yang Terlibat

1. Kepala Desa Dan Perangkat Desa Pejambon Kecamatan Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran
2. Unit Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Yang Ada Pada Desa Pejambon
3. Bapak Royani selaku pemilik UMKM tatu tempe yang ada di desa pejambon