

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin pesat dan kompetitif, terutama dalam sektor industri kreatif dan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, strategi pemasaran yang efektif menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu produk di pasaran. Salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran adalah desain kemasan produk.

Desain kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk melindungi produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang dapat menarik perhatian konsumen. Kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan meningkatkan tingkat penjualan. *Agus, A. (2023)*

Namun, banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya desain kemasan yang baik dalam strategi pemasaran produk mereka. Mereka cenderung mengabaikan aspek estetika dan fungsi kemasan, yang pada akhirnya berdampak pada rendahnya daya saing produk di pasar. Oleh karena itu, diperlukan perancangan desain kemasan yang efektif untuk membantu UMKM meningkatkan daya tarik produk mereka.

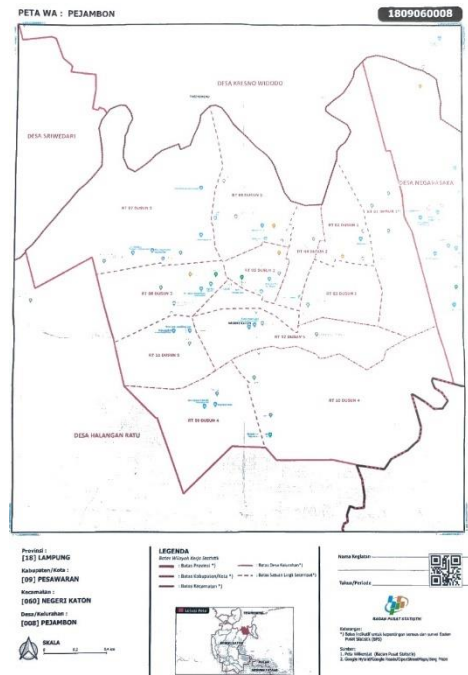
Dalam konteks inilah, Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) IIB Darmajaya berperan dalam memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat, khususnya pelaku UMKM, dalam upaya meningkatkan kualitas desain kemasan produk. Melalui perancangan desain kemasan yang tepat, diharapkan dapat membantu meningkatkan pemasaran produk serta berdampak positif terhadap peningkatan tingkat penjualan.

Penelitian ini akan fokus pada perancangan desain kemasan untuk produk UMKM di wilayah Pejambon, dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh desain kemasan terhadap pemasaran produk dan tingkat penjualan. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas

desain kemasan produk mereka, serta memberikan dampak positif bagi perkembangan ekonomi lokal.

## 1.2 Profil Dan Potensi Desa

### 1.2.1 Profil Desa



*gambar 1 Iprofil dan potensi desa*

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 kampung dan disyahkan oleh pesirah (sebutan Camat saat ini) dan Bapak Kartopawiro diangkat menjadi kepala kampung Pejambon. Pada saat itu desa Pejambon memiliki beberapa dusun yaitu Dusun Sidodadi, Dusun Trirahayu, dandusun Waluyo, setelah beberapa waktu mengalami perkembangan yaitu Dusun Sidodadi memisahkan menjadi 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:

Wilayah	Perbatasan
Utara	Sungai Way Sekampung (Desa Kresnwidodo)
Selatan	Dusun Tugu Sari
Barat	Desa Halangan Ratu
Timur	Desa Negara Saka

*table 1 1 batas wilayah*

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

Wilayah	Luas Wilayah
Pemukiman	275 ha
Pertanian Sawah	90 ha
Perkebunan / ladang	220 ha
Sekolah	1,5 ha

Lapangan	1,2 ha
Tanah milik desa	2,2 ha
Lain- lain	110,1 ha

table 1.2 luas wilayah

### 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, gula aren dan 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 terdapat budaya dan kearifan lokal 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 Kripik Mak Inah:

Nama Usaha : Kripik Mak Inah

Nama Pemilik : Ibu Inah

Tahun Berdiri : 2017

Alamat Pemilik Usaha : Dusun II, 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 kurang menariknya branding produk dan tidak terdapat identitas visual produk. Akibatnya, produk ini kurang diminati oleh konsumen di dalam dan di luar wilayah desa. Padahal, dengan branding yang tepat, produk memiliki potensi besar untuk menarik perhatian pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Penting bagi UMKM untuk memanfaatkan Design identitas visual dan kemasan produk secara optimal agar produk mereka dapat lebih mudah diminati dan dikenal oleh konsumen, baik di tingkat lokal maupun nasional.

### **1.4 Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana desain kemasan produk dapat mempengaruhi daya tarik konsumen di pasar UMKM?

2. Seberapa efektif perancangan desain kemasan dalam membantu pelaku UMKM meningkatkan pemasaran produk mereka di pasar lokal?

## **1.5 Tujuan Dan Manfaat**

### **1.5.1 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, Tujuan dalam Laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat *identitas visual* dari produk UMKM kripik Mak inah yang berupa Logo, dan design Kemasan. Yang mana hal ini bertujuan mempengaruhi daya tarik konsumen dalam memilih produk dan membuat produk dapat di kenal oleh masyarakat sekitar hingga luar wilayah desa pejambon.

### **1.5.2 Manfaat**

1. Bagi kampus, sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian mahasiswa IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya di lingkungan Desa Pejambon
2. Manfaat bagi mahasiswa
  - a. Meningkatkan kemandirian, kedisiplinan, tanggung jawab dan juga sikap kepemimpinan.
  - b. Dapat menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengimpetasikan ilmu yang di dapatkan dari kampus untuk masyarakat sekitar.
3. Manfaat bagi UMKM, Menciptakan *identitas Visual* seperti logo, dan design kemasan produk yang dapat mempengaruhi daya tarik konsumen dalam memilih produk dan dapat menciptakan *image* terhadap produk UMKM kripik mak inah secara luas.

## **1.6 Mitra Yang Terlibat**

1. Kepala desa Pejambon, Kec. Negeri Katon, Pesawaran
2. Aparatur Desa Pejambon, Kec. Negeri Katon Katon, Pesawaran

3. Ibu Inah selaku pemilik UMKM kripik mak inah
4. Masyarakat Desa Pejambon, Kec. Negeri Katon, Pesawaran
5. Pemuda – Pemudi Desa Pejambon, Kec. Negeri Katon, Pesawaran