

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran prouduk saat ini sedang gencar-gencarnya dilakukan oleh pihak penjual untuk menarik minat konsumen,mulai dari pemasaran melalui media online dan melalui media cetak . Banyak produk – produk mempuni dari segi kualitas yang pemasarannya kalah dengan produk *downgrate*. Pemasaran sangat penting dalam sebuah peningkatan penjualan produk. Penjualan produk tidak hanya dilihat bangsa pasar dari kualitas melainkan dari segi kemasan dan juga promosi,baik itu promosi melalui media sosial maupun media cetak. Sebuah produk dapat dikatakan berhasil apabila minat konsumen untuk membeli produk tersebut meningkat dan penjualan stabil. Para konsumen sering kali menilai sebuah produk melalui kemasannya, kemasan yang menarik akan meningkatkan daya konsumen untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan paparan di atas, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya menerapkan Program Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang merupakan salah satu bentuk kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi, dengan memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat di desa atau di daerah domisili yang telah ditentukan. Oleh karena itu, kegiatan ini diarahkan untuk menjamin keterkaitan antara dunia akademik dan dunia praktis.

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) bagi mahasiswa diharapkan menjadi pengalaman belajar baru yang menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Bagi masyarakat, kehadiran mahasiswa diharapkan dapat memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan. Hal ini sejalan dengan fungsi perguruan tinggi sebagai jembatan (komunikasi) dalam proses pembangunan dan penerapan IPTEK secara khusus.

Pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya 2024 merupakan bentuk aplikasi keilmuan yang dimiliki mahasiswa terhadap masyarakat dalam mengembangkan kompetensinya. Pada kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) Tahun ini kampus mengutamakan mahasiswa untuk mengetahui dan memahami permasalahan yang ada, khususnya di Kelurahan Margodadi, Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro.

Keripik Tempe Cihuy merupakan salah satu UMKM yang berada di lingkungan Kelurahan Margodadi yang berfokus menjual Keripik Tempe, Sri Wahyuni sebagai Pemilik UMKM ini mendirikan keripik tempe cihuy pada April 2018. Walau terbilang belum lama UMKM ini berdiri namun peminat keripik tempe cihuy dapat dikategorikan banyak dan terdiri dari banyak kalangan.

Pada era saat ini proses *branding* sangat lah dibutuhkan untuk para pelaku UMKM agar tidak terlihat tertinggal dengan produk yang di hasilkan oleh pabrik. Proses branding pada UMKM keripik tempe cihuy ini juga masih tergolong tertinggal dengan desain yang amatir dan juga sudah tidak cocok di era saat ini. Dengan pemanfaatan visual *branding* yang memumpuni keripik tempe cihuy pasti akan mampu memperluas pasar sampai diluar kota metro bahkan diluar provinsi lampung.

Pembuatan desain kemasan yang menarik sangat penting untuk mempertahankan serta mendukung keberlangsungan pertumbuhan usaha. Memiliki logo dan desain kemasan yang menarik juga dapat menarik minat masyarakat untuk membeli produk tersebut. Melalui pendampingan dan proses yang lebih baik, diharapkan UMKM ini dapat tumbuh menjadi usaha yang lebih kuat dalam proses *branding* Produk.

Berdasarkan latar belakang di atas saya mengangkat permasalahan dari UMKM Kelurahan Margodadi yaitu dengan mengusung judul **“REBRANDING LOGO DAN VISUAL KEMASAN PADA PRODUK KERIPIK TEMPE CIHUY KELURAHAN MARGODADI KECAMATAN METRO SELATAN”**

1.1.1 Profil Kelurahan

Desa Margorejo terbentuk pada tahun 1938 oleh Pemerintah Kolonial Belanda dimana pada mulanya merupakan hutan belantara , kemudian pada tahun 1938 Belanda mendatangkan penduduk dari Pulau Jawa terutama dari Pacitan, Madiun dan Ponorogo.

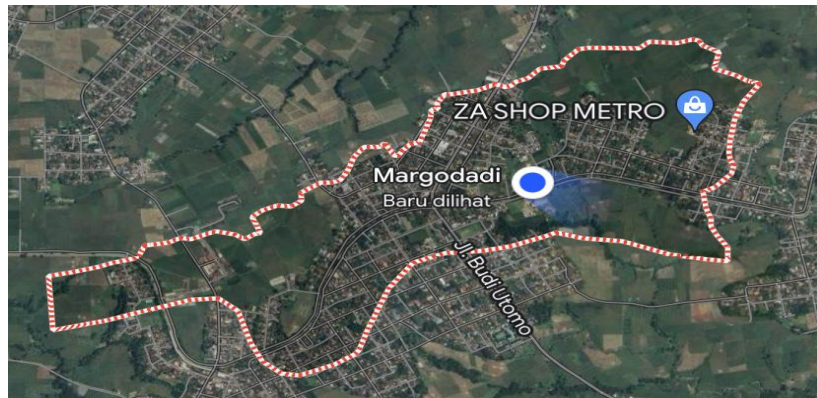
Tujuan semula orang-orang didatangkan dari pulau Jawa tersebut adalah untuk dipekerjaka (Rodi) terutama dibidang pembuatan saluran irigasi. Dalam mendatangkan penduduk tersebut Pemerintah Kolonial Belanda mengalokasikan penduduk pada 3 (tiga) bedeng yaitu :

1. Penempatan Pertama Bedeng 25 polos, pada saat itu disebut blok Margorejo.
2. Penempatan Kedua Bedeng 25 A, pada saat itu disebut Blok Margo Rukun.
3. Penempatan Ketiga Bedeng 25 B , pada saat itu disebut blok Margodadi.

Karena terdiri dari 3(tiga) blok maka Pemerintah Kolonial Belanda menunjuk seseorang untuk memimpin yang disebut Kepala Desa, maka ketiga bedeng tersebut disatukan dan diberi nama desa Margorejo yang dipimpin oleh Kepala Desa yang pertama yaitu bapak Mucharam.

Pada tahun 2001 dengan adanya perubahan Status Kota Administratif Metro menjadi Kota Madya Metro, maka Desa Margorejo berubah status menjadi Kelurahan Margorejo. Setelah menjadi Kelurahan Margorejo dipecah menjadi 2 (dua) Kelurahan yaitu ;

1. Kelurahan Margorejo yang terdiri dari Bedeng 25 polos atau blok Margorejo Yang dipimpin oleh Bp. M. Rafiudin, S.Pd. sampai dengan Tahun 2006.
2. Kelurahan Margodadi yang terdiri dari Bedeng 25 A atau Blok Margo Rukun dan Bedeng 25 B atau Blok Margodadi yang dipimpin oleh Lurah Pertama Ibu Sumarsih, SIP.



Gambar 1.1 Peta wilayah Kelurahan Margodadi (sumber :Google Maps)



Gambar 1.2 Struktur Pengurus Kelurahan Margodadi

1.1.2 Profil UMKM

UMKM bagi sebuah daerah memiliki peran penting dalam hal perekonomian. Mereka menyumbang pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan lokal. UMKM dapat beroperasi dalam berbagai sektor, termasuk perdagangan, pertanian, dan lainnya. Karena skala yang lebih kecil, UMKM cenderung lebih fleksibel dalam merespons perubahan pasar dan memiliki potensi untuk berinovasi dengan lebih cepat.

Kelurahan Margodadi sendiri memiliki berbagai macam jenis UMKM yang memiliki peluang besar untuk di kembangkan. Seperti tusuk gigi, peyek kacang, roti dan kue basah, abon ikan, keripik tempe dan lainnya.

Namun dalam pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Kelurahan Margodadi, berfokus pada satu UMKM yaitu keripik tempe.

Profil UMKM Keripik Tempe

Profil Pemilik

Nama : Sri Wahyuni
TTL : Metro, 27 Juni 1972
Alamat : Jalan Nusantara RW 03 RT 10 No.05 Margodadi, Metro

Profil Usaha

Nama : Keripik Tempe Cihuy
Bidang Usaha : Bisnis Rumahan
Jenis Produk : Keripik Tempe
Jumlah Karyawan : 0
Tahun Berdiri : April 2018
Modal/Produksi : Rp240.000
Asal Modal : Pribadi
Bahan Baku : Tempe, Tepung terigu, Aci, Minyak, dan Daun Jeruk

Pemasalahan yang dihadapi oleh UMKM keripik tempe cihuy adalah dalam hal pengemasan, seperti kemasan yang masih tradisional dan kurang menarik, serta kurangnya pemahaman akan strategi pemasaran digital, seperti pembuatan akun media sosial, cara menajalankan akun-akun tersebut, cara editing foto produk yang menarik, cara pembuatan konten yang dapat menarik konsumen. Sehingga dalam menjalankan usahanya, UMKM keripik tempe cihuy masih menerapkan penjualan secara langsung dari toko-toko kecil disekitar kelurahan.