

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan perwujudan dari salah satu pengabdian masyarakat Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pengabdian tersebut terbentuk dalam suatu kristalisasi dan integrasi ilmu pengetahuan yang secara teoritis terlibat dengan dunia perkuliahan yang dapat diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat luas. Mahasiswa PKPM diharapkan memiliki pengalaman belajar baru yang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kesadaran hidup masyarakat. Masyarakat mengharapkan kehadiran mahasiswa memberikan motivasi dan inovasi di bidang sosial. Hal ini sesuai dengan peran perguruan tinggi sebagai jembatan (komunikasi) dalam proses pembangunan dan khususnya dalam penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK). Pada program PKPM ini penulis ditempatkan pada Desa Kedondong, Kecamatan Kedondong, Kabupaten Pesawaran, Lampung. (Aswin, S.E. et al., 2019)

Menurut Makmur dan Thahier (2015), inovasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *Innovation* yang berarti perubahan sehingga inovasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses kegiatan atau pemikiran manusia dalam menemukan sesuatu yang baru yang berkaitan dengan input, proses, dan output serta dapat memberi manfaat dalam kehidupan manusia. Inovasi dapat diciptakan dengan melakukan berbagai hal seperti melakukan riset hingga menggali ide yang kreatif. Hadirnya inovasi tentu memiliki manfaat bagi masyarakat luas, sebab sebuah inovasi akan memberikan dampak yang positif. (Fikriansyah & detik.com, 2022)

Pada dasarnya, kata logo merupakan serapan dari bahasa Yunani kuno, yaitu Logos yang memiliki arti pikiran, budi, kata, akal, serta pembicaraan. Kata logo juga sebenarnya diambil dari kata *logotype* yang mulanya digunakan pada tahun 1810 sampai tahun 1840, dan memiliki arti sebuah

tulisan nama entitas yang dibentuk secara khusus dengan memanfaatkan suatu teknik lettering atau menggunakan jenis huruf tertentu yang menarik. Berdasarkan penjelasan diatas,

dapat kita simpulkan bahwa logo adalah sebuah tulisan, sketsa, atau gambar yang mempunyai makna tertentu dan bisa mewakili identitas atas suatu bentuk entitas, misalnya lembaga, organisasi, perusahaan, daerah, negara, atau produk seperti yang dijelaskan dalam laman Wikipedia. (Cinthya & Accurate.id, 2020)

Menurut Paul Rand, desain logo adalah kombinasi dari huruf, gambar, atau simbol yang digunakan untuk mengidentifikasi dan membedakan perusahaan, produk, atau organisasi. Desain logo bertujuan untuk menciptakan citra visual yang mudah dikenali dan merepresentasikan identitas entitas tersebut. Di era digital, logo juga memainkan peran penting dalam branding online, di mana ia harus bisa dikenali di berbagai platform digital. Seperti halnya banner, logo juga dirancang dengan mempertimbangkan daya tarik visual dan kemampuannya untuk menyampaikan pesan dengan efektif.

Menurut Darmadi Durianto, Banner adalah suatu proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk membujuk banyak orang untuk membeli dan menggunakan apa yang diiklankan dan menjadi sebuah promosi yang dapat meningkatkan daya beli orang-orang yang menginginkan produk tersebut. Adapun tujuan banner yaitu untuk mempromosikan atau mengiklankan sesuatu sehingga menarik perhatian lebih banyak orang ketika melihatnya. Di era digital istilah banner sering digunakan untuk menjelaskan sebuah media promosi yang berisi gambar dan teks pada sebuah *website/blog*. (Prawiro & maxmanroe.com, 2022)

Dalam bisnis, promosi adalah sebuah strategi yang dilakukan untuk menginformasikan serta mempengaruhi target konsumen untuk akhirnya membeli produk. Promosi sangat penting dilakukan oleh berbagai kalangan pebisnis, entah itu pebisnis skala kecil maupun skala besar. Meskipun promosi merupakan hal penting dalam bisnis, namun masih banyak pebisnis

yang menganggap enteng promosi atau bahkan terlalu yakin dengan bisnisnya sehingga tidak perlu menjalankan promosi. (Webpraktis & webpraktis.com, 2018)

Untuk di era digital sekarang promosi bisa juga melalui media digital yang mencakup media internet dan social media atau jejaring social. Ini adalah cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk atau jasa yang dipromosikan melalui teknologi terkini seperti ponsel atau laptop. Banyak para pengusaha yang sudah beralih menggunakan media digital sebagai strategi promosi mereka karena memang media digital saat ini merupakan cara paling efektif untuk menjangkau konsumen mereka setiap hari. Promosi melalui media digital adalah paling banyak yang dilakukan saat ini, karena faktor efisiensi biaya dan penyebarannya yang luas dan relatif lebih cepat. (cashback.com, 2023)

Salah satu dilaksanakannya kegiatan PKPM di Kecamatan Kedondong tepat di Desa Kedondong terdapat berbagai UMKM yang mengacu pada perorangan, rumah tangga atau usaha kecil, salah satunya merupakan UMKM Sempol Ayam Agiz Oza yang dimiliki oleh Ibu Rohyati sebagai pemilik UMKM tersebut. Sempol Agiz Oza merupakan UMKM yang menjual produk dalam bentuk kemasan mengingat sempol merupakan cemilan yang disukai oleh masyarakat. Sempol Agiz Oza saat ini berdiri sekitar 6 tahun yang lalu dan belum mempunyai logo dan banner serta kurangnya inovasi dan pemasaran produk hal tersebut yang mengakibatkan produk tidak terjual banyak.

Maka dari itu saya mahasiswa dari PKPM IIB Darmajaya membantu UMKM Sempol Ayam Agiz Oza dalam pembuatan desain logo dan banner agar Sempol Agiz Oza dapat terjual lebih luas lagi. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka penulis berinisiatif untuk melakukan pembuatan desain dalam pemasaran kopi yang dirasa mampu mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi, serta diharapkan mampu meningkatkan kualitas penjualan UMKM tersebut.

Dengan demikian hal itu menjadi tantangan bagi penulis untuk mengabdikan diri kepada UMKM dan dapat memperoleh pengalaman dan ilmu dari berbagai perbedaan dan persamaan antara teori dan praktek. Berdasarkan analisa di atas tersebut, penulis membuat Laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini dengan judul **“INOVASI DESIGN LOGO DAN BANNER PADA UMKM SEMPOL AYAM AGIZ OZA DI DESA KEDONDONG”**

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Penduduk Desa Kedondong adalah asli suku Lampung dari Pesisir Limau, Paska terjadinya letusan Gunung Kerakatau Tahun 1883 mereka meninggalkan pesisir pantai karena takut akan adanya bencana sunami, mereka pergi ke berbagai daerah ada yang ke daerah Talang Padang, Kota Agung dan sebagian kedaerah Kedondong.

Masyarakat Pesisir limau yang datang ke Daerah Kedondong adalah rombongan Khaja Siakh Bumi, Siakh Bumi adalah anak tertua dari 3 (tiga) Bersaudara adik beliau adalah Hi. Mahwan Abas dan Kamanuusin. Rombongan Khaja Siakh Bumi menduduki daerah Pemekonan perbatasan Masjid Jami' Al Falah kearah Barat sampai dengan Taman Jaya, Kampung Sawah dan sekitarnya dengan nama **Kesaibatian Sebanjakh Agung**. Sebanjakh Agung turun Ke Hi, Nawai dengan Gelar Batin Bangsa Khatu kemudian ke Burhan Dengan Gelar Dalom Sarip Marga dan sekarang adalah A. Zahrudin dengan Gelar **Dalom Bangsa Khatu**.

Kesebatina dari Sebanjakh Agung :

1. A. Zahrudin (**Dalom Bangsa Khatu**)
2. Alpian Raja Pemuka (**Batin Panji Kesuma sekarang Dalom Saka Bangsawan**)
3. M. Nursah (**Batin Mangku Disa sekarang adalah Erwin Munandar**)

Kemudian rombongan **Ratu Manis** menduduki Pemekonan perbatasan Masjid Jami' Al Falah ke arah Timur sampai dengan Desa Gunung Sugih dengan nama **Kesebatinan Kuripan**, Ratu Manis adalah seorang janda dan dikedondong belia mendapatkan seorang kungsi/suami dari Pulau Jawa yang bernama **Tubagus Kumala Hi. Mansur** Angkat Nama **Sebatin Bandakh Makhga**. Ratu Manis terus ke Bahsan. Dari **Kesebatina Kuripan/Ratu Manis** ini terjadi beberapa angkat nama/mendirikan Kesebatinan.

1. Hj. Majid (**Batin Dahulu Ratu sekarang Pangeran Mangku Negara**)
 1. Hi. Zawawi (**Sebatin Mangunag sekarang Dalom Pekhwira Negakhaa**)

2. Harun Safe'I (**Batin Panji sekarang Dalam Panji Makhga**)
2. Hasan Harun (**Ratu Paksi sekarang Dalam Paksi Makhga**)
3. Hi Nahrawi (**Batin Dakhupa sekarang Batin Dalam Cahya**)
4. Hi. Yusuf Rais (**Batin Sampurna Jaya**)
5. Agus Musa (**Sebatin Bandakh Makhga**) Kesebatinan Tubagus Kumala di Kuripan
6. Evan Indira (**Sebatin Mangunag sekarang Dalam Pekhwira Negakhaa**)

Selanjutnya dari daerah **Talang Padang** mendirikan kesebatinan dengan mendapatkan persetujuan/rekom dari kesebatinan yang ada di Kedondong mereka mengangkat **Ramli** sebagai Sebatin dengan Gelar Kesebatinan **Dalam Mangku Bandakh** sekarang di pegang oleh Firdaus anak dari Abdullah Ramli.

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan penduduk di Pulau Jawa, mulailah berdatangan penduduk dari Pulau Jawa yang masuk ke Desa Kedondong melalui Transmigrasi swadaya. Para penduduk pendatang membuka hutan belantara di wilayah ini untuk dijadikan lahan pertanian, maka dari itu sebagian suku bahasa di Desa Kedondong adalah Jawa, Sunda, Cina, Padang dan lain sebagainya hingga pada sampai saat ini segala macam bentuk bahasa, suku dan adat istiadat ada di daerah Desa Kedondong.

Karna faktor Perundang-undangan Negara Republik Indonesia maka Desa Kedondong dipecah menjadi beberapa Desa yang diantaranya Desa Pasar Baru, Desa Way Kepayang, Desa Tempel Rejo, Desa Suka Maju Desa Kubu Batu, dan pada Tahun 1994 Desa Kedondong dipecah kembali yakni Desa Sinar Harapan, tahun 2013 Desa Sinar Harapan terjadi pemekaran lagi yaitu Desa Harapan Jaya. Desa Kedondong adalah Desa induk Desa yang sangat luas Desa Kedondong sendiri saat ini mempunyai 11 Dusun dan 20 RT.

Desa Kedondong merupakan salah satu dari 12 Desa di wilayah Kecamatan Kedondong Kabupaten Pesawaran yang terletak 0.05 Km ke arah Utara dari kota Kecamatan. Desa Kedondong mempunyai luas wilayah seluas

± 1.653 Ha yang terdiri dari tanah darat, persawahan pertanian, perkampungan, bikit dan sungai. Desa Kedondong berada Di Kecamatan Kedondong Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung

A. Luas Desa Kedondong : 1.653 Ha

1. Tanah Sawah : 557 Ha
2. Tanah Pemukiman : 799 Ha
3. Tanah Peladangan : 104 Ha
4. Perkebunan : 15 Ha
5. Kuburan : 5.5 Ha
6. Perkantoran : 7.6 Ha
7. Tanah Lain-lain : 4.4 Ha

B. Batas Wilayah :

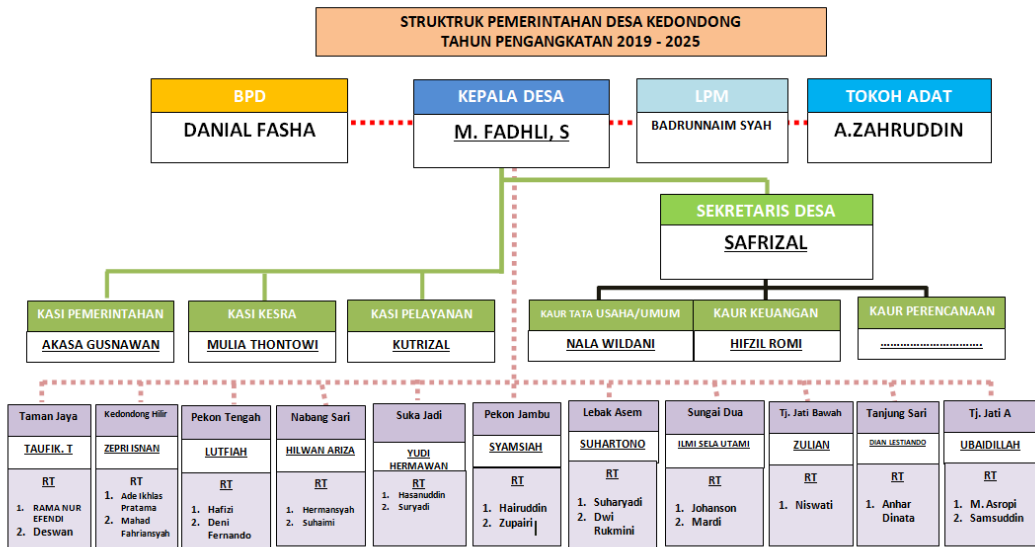
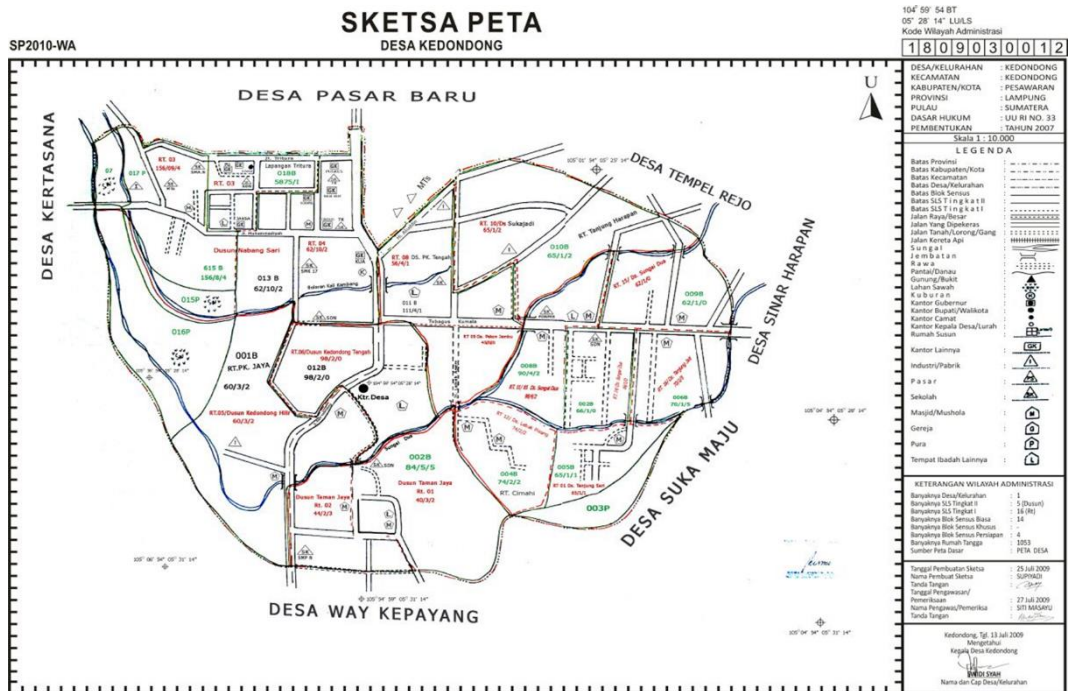
1. Sebelah Utara : Desa Pasar Baru dan Tempel Rejo
2. Sebelah Selatan : Desa Kertasana
3. Sebelah Barat : Desa Way Kepayang
4. Sebelah Timur : Desa Sinar Harapan dan Desa Suka Maju

C. Penduduk Desa Kedondong :

1. Jumlah Penduduk : 4.762 jiwa
2. Jumlah Laki-Laki : 2.442 jiwa
3. Jumlah Perempuan : 2.320 jiwa
4. Jumlah KK : 1.374 KK
5. Jumlah KK RTM : 350 KK

E. Orbitasi

1. Jarak ke Ibu Kota Kecamatan : 0.5 Km
2. Jarak ke Ibu Kota Kabupaten : 17 Km
3. Jarak ke Ibu Kota Provinsi : 45 Km
4. Jarak ke Ibu Kota Negara : ± 500 Km



Gambar 1.1 Struktur Pemerintahan Desa Kedondong dan Peta Desa Kedondong

1.1.2 Profil UMKM

Sempol Ayam Agiz Oza adalah sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang didirikan pada tahun 2018 oleh Bapak Agiz Oza di Desa Kedondong, Pesawaran, Lampung. UMKM ini telah berhasil menjadi salah satu destinasi kuliner favorit bagi masyarakat lokal maupun pendatang berkat sajian khasnya yang lezat dan berkualitas. Mengusung konsep makanan tradisional dengan cita rasa autentik, Sempol Ayam Agiz Oza menawarkan tiga menu utama yang selalu diminati oleh pelanggan, yaitu sempol ayam, bakso, dan tahu bakso.

Sempol ayam di sini dikenal memiliki tekstur yang renyah di luar namun lembut di dalam, dipadukan dengan bumbu rahasia yang menggugah selera. Bakso yang disajikan terbuat dari daging pilihan yang diolah secara higienis, menghasilkan rasa yang gurih dan kenyal sempurna. Sementara itu, tahu bakso menjadi pilihan lain yang tak kalah lezat, dengan perpaduan tahu yang lembut dan isian bakso yang kaya rasa. Semua menu diolah dengan bahan-bahan segar dan proses memasak yang terjaga kualitasnya, memastikan kepuasan setiap pelanggan yang datang.

Sejak berdiri, Sempol Ayam Agiz Oza terus berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dan konsisten dalam menyajikan hidangan berkualitas tinggi. Dedikasi dan kerja keras Bapak Agiz Oza dalam mengembangkan usahanya telah membuahkan hasil yang signifikan, menjadikan UMKM ini sebagai salah satu pilar penting dalam perekonomian lokal Desa Kedondong. Dengan atmosfer yang ramah dan harga yang terjangkau, Sempol Ayam Agiz Oza tidak hanya menawarkan pengalaman kuliner yang memuaskan. Sebelumnya UMKM ini belum memiliki nama, logo dan banner yang membuat UMKM ini kurang adanya identitas produk. Oleh karena itu kami menyarankan untuk memberikan nama pada UMKM ini yaitu SEMPOL AYAM AGIZ OZA serta pembuatan logo dan

banner agar lebih di kenal banyak orang.



Gambar 1.2 Profil UMKM

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana membuat desain logo pada UMKM Sempol Ayam Agiz Oza?
2. Bagaimana membuat banner pada UMKM Sempol Ayam Agiz Oza?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Untuk memperkenalkan dan mengaplikasikan design logo yang baik pada UMKM Sempol Ayam Agiz Oza
2. Untuk mengetahui cara membuat desain banner pada UMKM Sempol Ayam Agiz Oza

1.3.2 Manfaat

1. Manfaat Bagi IIB Darmajaya
 - a. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung kepada masyarakat Desa Kedondong.

- b. Mempromosikan kampus Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya yang dikenal dengan kampus berbasis teknologi dan ekonomi wirausaha kepada masyarakat Desa Kedondong.
 - c. Hasil laporan ini diharapkan menjadi literatur mahasiswa yang akan membuat laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat berikutnya.
2. Manfaat Bagi Mahasiswa
- a. Menjadi sarana pembelajaran mahasiswa terhadap bidang sosial hingga menyalurkan ilmu yang telah didapatkan dari kampus kepada masyarakat setempat.

- b. Melatih pola pikir mahasiswa dan pemecahan masalah terhadap situasi yang sedang dihadapi serta menumbuhkan sifat kemandirian, kedisiplinan, tanggung jawab, kerjasama, dan kepemimpinan.
 - c. Mendapatkan pengetahuan baru terkait usaha produk kopi UMKM Sempol Ayam Agiz Oza
3. Manfaat UMKM
- a. Memberikan saran dan masukan kepada pihak pemilik UMKM tentang pentingnya branding pada suatu usaha.
 - b. Memberikan pengetahuan tentang teknologi informasi dan manajemen bisnis terhadap UMKM agar dapat mengenal dan mengembangkan produk-produknya.
 - c. Membantu pemilik UMKM untuk mengetahui bagaimana cara branding produk yang baik sehingga dapat diketahui oleh masyarakat luas.

1.4 Mitra yang Terlibat

Kegiatan PKPM ini dapat berjalan dengan lancar karena adanya mitra yang terlibat diantaranya:

1. Bapak Fadhli sebagai Kepala Desa Kedondong.
2. Bapak Safrizal selaku Sekretaris Desa Kedondong.
3. Ibu Syamsiah selaku Kepala Dusun 06 Desa Kedondong.
4. Seluruh Aparat Desa Kedondong.
5. Bapak Agiz Oza selaku Pemilik UMKM Sempol Ayam Agiz Oza

