

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM menyumbang sekitar 60% dari PDB Indonesia dan mampu menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Oleh karena itu, pengembangan UMKM menjadi prioritas penting untuk menciptakan kesejahteraan ekonomi masyarakat. UMKM dapat dilihat sebagai pilar utama dalam perekonomian lokal, terutama di desa-desa, yang berpotensi memberikan dampak besar terhadap perbaikan ekonomi daerah.

Salah satu contoh UMKM yang berkembang di Desa Hanau Berak, Padang Cermin, Pesawaran adalah usaha keripik dengan merek 'Aneka Rasa RN'. Usaha ini memproduksi keripik dengan berbagai varian rasa yang cukup populer di kalangan masyarakat setempat. Namun, meskipun produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik, UMKM ini masih menghadapi tantangan besar dalam pemasaran produk mereka. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif, terbatasnya sumber daya untuk promosi, dan keterbatasan akses pasar yang lebih luas.

Salah satu kendala terbesar yang dihadapi oleh UMKM tersebut adalah keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi dan media promosi yang lebih modern. Sebagian besar usaha kecil ini masih mengandalkan metode pemasaran tradisional yang terbatas pada pasar lokal atau penjualan secara langsung. Di sisi lain, dunia pemasaran saat ini sudah berkembang pesat dengan adanya media sosial dan berbagai jenis media promosi visual yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik produk. Namun, untuk UMKM seperti Keripik Aneka Rasa RN, penggunaan media promosi dengan anggaran terbatas menjadi tantangan tersendiri.

Salah satu solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pemasaran adalah dengan menggunakan media promosi yang lebih sederhana dan terjangkau, seperti banner. Banner merupakan alat pemasaran yang sangat efektif karena mampu menarik perhatian secara langsung, memberikan informasi yang jelas dan cepat, serta dapat ditempatkan di berbagai lokasi strategis untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Dengan desain yang tepat, banner dapat menjadi media yang kuat dalam memperkenalkan produk dan meningkatkan visibilitas usaha.

Oleh karena itu, dalam kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini, kami mengusulkan untuk merancang dan membuat banner sebagai media pemasaran untuk Keripik Aneka Rasa RN. Fokus utama dari kegiatan ini adalah untuk membantu UMKM tersebut dalam mendesain banner yang menarik, informatif, serta mencerminkan karakteristik produk dan usaha mereka. Pembuatan banner ini diharapkan dapat menarik perhatian konsumen baru, meningkatkan penjualan, dan memperluas pasar mereka, baik di tingkat lokal maupun regional. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan solusi praktis dalam upaya pengembangan pemasaran UMKM Keripik Aneka Rasa RN. Kami bertujuan untuk membantu mereka memperkenalkan produk mereka kepada khalayak yang lebih luas dengan menggunakan banner sebagai media promosi yang efektif dan efisien. Melalui pembuatan desain banner yang kreatif dan sesuai dengan identitas produk, kami berharap dapat meningkatkan daya tarik produk, menciptakan citra merek yang kuat, dan membuka peluang pasar yang lebih besar.

Manfaat dari kegiatan ini tidak hanya dirasakan oleh UMKM tersebut, tetapi juga oleh masyarakat sekitar. Peningkatan pemasaran produk akan berimbas pada peningkatan penjualan yang dapat memperkuat perekonomian lokal. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis bagi kami sebagai mahasiswa dalam melaksanakan pengabdian masyarakat yang bermanfaat bagi lingkungan sekitar.

Kegiatan ini meliputi beberapa tahapan, yaitu:

Analisis Kebutuhan Pemasaran UMKM: mengidentifikasi kebutuhan pemasaran UMKM Aneka Rasa RN dan memahami karakteristik produk serta pasar sasaran.

Desain Banner: membuat desain banner yang menarik, sesuai dengan citra produk, dan mampu menyampaikan pesan pemasaran dengan jelas.

Pembuatan Banner: membantu dalam proses pembuatan banner dengan menggunakan bahan dan teknik yang tepat agar banner dapat digunakan secara efektif dalam jangka waktu yang lama.

Pemasangan Banner: memilih lokasi strategis untuk pemasangan banner sehingga dapat menjangkau lebih banyak konsumen potensial.

Melalui rangkaian kegiatan ini, diharapkan UMKM Aneka Rasa RN dapat memanfaatkan media promosi banner untuk meningkatkan pengenalan produk dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Laporan ini disusun untuk memberikan gambaran yang jelas tentang peran desain banner sebagai media pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing UMKM di Desa Hanau Berak. Dengan kegiatan ini, kami berharap dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan UMKM dan memberikan solusi yang aplikatif dan bermanfaat. Selain itu, kami berharap laporan ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan lebih lanjut dalam pengabdian masyarakat di masa yang akan datang.

Dengan latar belakang tersebut, laporan ini akan membahas secara rinci mengenai desain dan pembuatan banner, manfaatnya bagi UMKM, serta hasil yang dicapai selama kegiatan PKPM ini berlangsung.

1.1.1 Profil dan Potensi desa

Desa Hanau Berak asal mulanya merupakan desa tertua yang ada di Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pringsewu. Dengan luas wilayah 14.200 Ha, dinamakan Desa Hanau Berak karna asal kata dari Ham dan Bekhak (Ham = Danau dan Bekhak = Lebar). Desa Hanau Berak berdiri sekitar tahun 1920 dan telah dijabat oleh beberapa Kepala Desa. Berikut ini adalah peta desa Hanau Berak.



Gambar 1.1 Peta Desa Hanau Berak

Sampai saat ini, Desa Hanau Berak telah dipimpin sepuluh orang Kepala Desa. Berikut adalah silsilah kepemimpinan desa :

1. Bp. M. Umar
2. Bp. Jumahat
3. Bp. H.Hasan
4. Bp. Buang Petani
5. Bp. Buang Zen

6. Bp. M.Utan
7. Bp. Yunada Ali Hasan
8. Bp. Zairi Akabul
9. Bp. Mirza Gulam Ahmad
10. Ahmad Alamsyah

Letak Desa berada di sebelah barat yang merupakan Ibu Kota Kabupaten Pesawaran, jarak dari Desa Hanau Berak ke Desa Padang Cermin sekitar 2 km, dengan batas-batas sebagai berikut:

Sebelah Utara	: Desa Harapan Jaya Kec Way Ratai
Sebelah Timur	: Desa Padang Cermin Kec Padang Cermin
Sebelah Selatan	: Desa Banjaran Kec Padang Cermin
Sebelah Barat	: Desa Tambangan Kec Padang Cermin

Jumlah penduduk Desa Hanau Berak sebanyak 2.236 jiwa dengan penduduk usia produktif 2.055 jiwa, sedangkan penduduk yang dikategorikan miskin 347 KK. Mata pencaharian sebagian penduduk adalah petani, sedangkan hasil produksi ekonomis desa yang menonjol adalah pertanian.

1.1.2 Profil UMKM

Keripik Aneka Rasa RN adalah sebuah UMKM yang berlokasi di Desa Hanau Berak, yang fokus pada pembuatan keripik dengan rasa-rasa inovatif dan berkualitas tinggi. Didirikan dengan tujuan untuk memberikan camilan berkualitas kepada masyarakat lokal maupun luar daerah, Keripik Aneka Rasa RN mengolah produk dengan menggunakan bahan baku pilihan yang segar dan alami. Proses produksi dilakukan dengan perhatian khusus terhadap kebersihan dan kualitas. Berikut adalah profil UMKM Keripik Aneka Rasa RN:

Nama Pemilik	:M Budi Santoso
Nama Usaha	:Keripik Aneka Rasa RN
Alamat Usaha	:Dusun DamarPapan, Hanau Berak Padang Cermin
Jenis Usaha	:Perseorangan
Skala Usaha	:Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
Tahun Berdiri	:
Produk yang ditawarkan	Keripik Talas, Keripik, Pisang Keripik Manggleng

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, terdapat beberapa permasalahan yang perlu dicari solusinya dalam upaya meningkatkan pemasaran UMKM “Keripik Aneka Rasa RN” melalui pembuatan banner. Adapun rumusan masalah dalam laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang desain banner yang efektif dan menarik untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk keripik ‘Aneka Rasa RN’?

Desain banner yang baik harus mampu menarik perhatian konsumen dan menyampaikan informasi dengan jelas. Dalam hal ini, perlu ditentukan elemen-elemen desain seperti warna, bentuk, dan tata letak yang sesuai dengan karakteristik produk keripik 'Aneka Rasa RN'. Masalah yang muncul adalah bagaimana cara mendesain banner yang tidak hanya menarik, tetapi juga efektif dalam mengkomunikasikan keunggulan produk kepada pasar yang lebih luas.

2. Apa saja elemen-elemen desain yang perlu dipertimbangkan dalam pembuatan banner agar sesuai dengan identitas produk dan karakteristik target pasar UMKM Keripik ‘Aneka Rasa RN’?

Pembuatan banner tidak hanya tentang estetika visual, tetapi juga harus memperhatikan kebutuhan pasar yang menjadi sasaran. Desain banner harus menggambarkan identitas usaha dan produk secara jelas serta menyesuaikan dengan karakteristik konsumen yang ditargetkan. Memilih media banner yang sesuai dengan kondisi lingkungan dan anggaran yang dimiliki oleh UMKM tersebut.

3. Bagaimana cara memasang banner di lokasi yang strategis untuk meningkatkan visibilitas produk dan mencapai target pasar yang lebih luas?

Meskipun banner yang menarik sudah dibuat, pemasangan yang tidak tepat akan mengurangi efektivitasnya. Oleh karena itu, penting untuk memilih lokasi yang tepat agar banner dapat terlihat oleh banyak orang, terutama oleh konsumen yang berpotensi membeli produk. Masalah yang perlu dijawab adalah di mana sebaiknya banner dipasang agar dapat menjangkau khalayak luas, baik di pasar lokal maupun daerah yang lebih jauh, dengan mempertimbangkan area yang sering dilewati oleh calon konsumen.

4. Apa dampak pemasangan banner terhadap peningkatan kesadaran merek dan penjualan produk UMKM Keripik ‘Aneka Rasa RN’?

Banner sebagai media pemasaran yang bersifat visual dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kesadaran merek dan minat beli. Rumusan masalah ini berkaitan dengan bagaimana cara mengukur keberhasilan penggunaan banner sebagai alat pemasaran dalam meningkatkan visibilitas produk, menarik konsumen baru, dan meningkatkan penjualan. Diperlukan evaluasi yang tepat untuk mengetahui seberapa besar pengaruh banner terhadap keberhasilan pemasaran UMKM Keripik 'Aneka Rasa RN'.

1.3 Tujuan Dan Manfaat

Laporan ini bertujuan untuk:

1. Membuat desain banner yang menarik sebagai media pemasaran pada UMKM Keripik 'Aneka Rasa RN' yang sesuai dengan karakteristik produk.
2. Menjelaskan elemen-elemen desain yang perlu diperhatikan dalam pembuatan banner agar sesuai dengan identitas produk dan karakteristik target pasar UMKM Keripik 'Aneka Rasa RN'.

Tujuan laporan ini adalah untuk mengidentifikasi elemen-elemen desain yang penting seperti pemilihan warna, font, gambar, dan tata letak yang dapat mencerminkan identitas produk dan menarik perhatian target pasar UMKM ini.

3. Memberikan rekomendasi pada UMKM Keripik Aneka Rasa RN mengenai lokasi pemasangan banner yang strategis untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau pasar yang lebih luas.

1.4 Manfaat

Manfaat kegiatan pkpm yg dilakukan di umkm desa kecamatan sebagai berikut:

1. **Bagi UMKM Keripik 'Aneka Rasa RN'**
 - a. Meningkatkan Visibilitas dan Daya Saing: pembuatan banner yang menarik dan efektif dapat meningkatkan visibilitas produk keripik 'Aneka Rasa RN', yang akan menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas.
 - b. Meningkatkan Penjualan: dengan pemasaran yang lebih efektif melalui banner, diharapkan produk keripik ini dapat dikenal oleh lebih banyak konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan volume penjualan dan membantu keberlanjutan usaha UMKM.

- c. Pengenalan Identitas Produk: banner yang dirancang dengan baik akan membantu membangun citra merek yang kuat, mengenalkan keunikan produk, serta membedakan Keripik 'Aneka Rasa RN' dengan produk serupa di pasar.

2. Bagi Masyarakat Desa Hanau Berak

- a. Peningkatan Ekonomi Lokal: Dengan berkembangnya UMKM Keripik 'Aneka Rasa RN', diharapkan perekonomian di Desa Hanau Berak akan meningkat. Usaha ini dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar dan meningkatkan pendapatan desa.
- b. Promosi Produk Lokal: Penelitian ini juga berkontribusi dalam mempromosikan produk lokal dari desa, sehingga meningkatkan daya tarik wisatawan atau konsumen dari luar desa untuk membeli produk lokal dan mendukung perekonomian desa.

3. Manfaat bagi Akademisi dan Peneliti Lainnya

- a. Pengembangan Ilmu Pemasaran UMKM: Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk pengembangan ilmu pemasaran, terutama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan dalam anggaran dan sumber daya. Hasil penelitian ini dapat menjadi model bagi pelaku UMKM lain dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dengan modal terbatas.
- b. Penerapan Teori ke Praktik: Penelitian ini memberikan kesempatan untuk mengaplikasikan teori desain grafis, pemasaran, dan pengabdian masyarakat dalam konteks nyata, sehingga dapat memberikan gambaran tentang bagaimana teori dapat diimplementasikan secara praktis dalam dunia usaha.

4. Manfaat bagi Pengembangan Pengabdian Masyarakat

- a. Peningkatan Kualitas Pengabdian Masyarakat: penelitian ini menunjukkan pentingnya keterlibatan akademisi dalam membantu UMKM melalui pengabdian masyarakat yang berbasis pada solusi praktis. Hasil penelitian ini dapat menjadi contoh bagi pengabdian masyarakat yang lebih terarah dan memberikan dampak nyata bagi masyarakat.
- b. Mendorong Inovasi dan Kreativitas dalam Pengabdian: dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat mendorong pengabdian masyarakat lainnya yang lebih

inovatif dalam memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, terutama dalam hal pemasaran dan promosi produk.

5. Manfaat bagi Pengembangan Media Pemasaran untuk UMKM

Pemanfaatan Media Promosi yang Efektif: Penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pelaku UMKM lainnya untuk menggunakan media promosi yang sederhana namun efektif, seperti banner, untuk meningkatkan pemasaran produk mereka. Hal ini diharapkan dapat menjadi alternatif bagi UMKM yang kesulitan dalam memanfaatkan media digital atau beriklan di platform berbayar. Dengan adanya optimalisasi Google Maps dan sosial media, diharapkan UMKM *Keripik Aneka Rasa RN* dapat lebih dikenal luas, meningkatkan jumlah pelanggan, serta mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan

