

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian nasional, tetapi juga berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah rendahnya daya saing produk akibat kurang optimalnya strategi branding dan desain kemasan.

Salah satu UMKM yang menghadapi tantangan tersebut adalah UMKM Keripik Rumah Kriuk yang berlokasi di Dusun Banjar Sari yang Mengelola keripik kuping gajah. Desain kemasan adalah salah satu aspek yang sangat penting dalam menarik perhatian konsumen dan membedakan produk keripik Rumah Kriuk dari produk lainnya di pasar. Kemasan yang menarik tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga untuk memasarkan dan mengkomunikasikan nilai-nilai merek. Meskipun memiliki produk berkualitas, UMKM ini masih mengalami kendala dalam membangun identitas merek yang kuat dan menarik minat pasar yang lebih luas. Kemasan produk yang kurang menarik serta strategi pemasaran yang belum optimal menjadi faktor yang menghambat peningkatan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan strategi penguatan branding melalui inovasi desain packaging yang lebih menarik dan fungsional. Kemasan yang baik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai elemen utama dalam strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik dan

kepercayaan konsumen. Desain kemasan yang menarik dapat menciptakan kesan pertama yang positif serta memberikan nilai tambah pada produk. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam desain kemasan yang tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dan sesuai dengan tren pasar saat ini.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, program Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini difokuskan pada penguatan branding melalui inovasi desain packaging bagi UMKM Keripik Rumah Kriuk. Melalui pendekatan ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saingnya di pasar lokal maupun nasional, serta memperkuat identitas produknya agar lebih dikenal oleh konsumen yang lebih luas.

1.2 Profil Desa

Desa Banjaran didirikan oleh Hi. Moh. Nur, yang pada awalnya merupakan pemukiman di seberang sungai, kini menjadi area persawahan Banjaran. Atas permintaan Hi. Moh. Nur kepada Hi. Moh. Syarif—ayah dari Ismail Suntan Raja di Lampung sekaligus pemimpin Marga Way Ratai—pemukiman tersebut dipindahkan ke lokasi yang sekarang.

Pemindahan ini dilakukan dengan memenuhi persyaratan adat Lampung, yaitu menyerahkan satu talam beras, sepotong kain putih, serta sejumlah uang ringgit. Pada tahun 1917, kampung ini pun resmi berdiri dengan nama Pekon Kota Bumi, meskipun secara administratif tetap disebut Banjaran. Nama "Banjaran" sendiri berasal dari bahasa Lampung, yang berarti "ditambatkan." Konon, nama ini merujuk pada penggunaan kulit kerbau yang diolah menjadi tali dan ditambatkan dari timur ke barat sebagai penanda batas desa.

Luas Desa Banjaran di Kecamatan Padang Cermin adalah 259 ha/m² dari luas total Desa Banjaran, Batas-batas Desa Banjaran, Yaitu:

- a) Sebelah Utara: Desa Padang Cermin, Kecamatan Padang Cermin
- b) Sebelah Selatan: Desa Gayau, Kecamatan Padang Cermin

- c) Sebelah Timur: Desa Sanggi'Berak, Kecamatan Padang Cermin
- d) Sebelah Barat: Desa Trimulyo, Kecamatan Padang Cermin

1.2.1 Potensi Desa

Desa Banjaran memiliki potensi yang cukup besar dalam berbagai sektor, terutama di bidang pertanian, peternakan, dan ekonomi kreatif. Desa ini dikenal sebagai daerah yang subur dengan hasil pertanian yang melimpah, seperti padi, sayuran, dan buah-buahan. Selain itu, terdapat juga sektor peternakan yang berkembang dengan baik, seperti peternakan ayam, sapi, dan kambing yang menjadi salah satu sumber mata pencaharian utama masyarakat.

Selain potensi di sektor pertanian dan peternakan, Desa Banjaran juga memiliki industri rumah tangga dan usaha mikro yang berkembang pesat. Produk-produk lokal seperti kerajinan tangan, makanan olahan, serta usaha kuliner menjadi bagian dari daya tarik ekonomi desa ini. Dengan adanya potensi tersebut, pemberdayaan masyarakat dalam aspek ekonomi dan kesehatan, termasuk dalam pencegahan stunting, dapat lebih efektif dilakukan.

Dukungan infrastruktur desa yang cukup memadai serta peran aktif masyarakat dalam berbagai kegiatan sosial juga menjadi faktor pendukung keberhasilan program edukasi pencegahan stunting. Dengan memanfaatkan potensi yang ada, Desa Banjaran memiliki peluang besar untuk menciptakan generasi yang lebih sehat dan bebas dari stunting melalui sinergi antara masyarakat, pemerintah desa, serta pihak akademis.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana kondisi branding dan desain kemasan UMKM Keripik Rumah Kriuk sebelum dilakukan inovasi?

1.4 Profil UMKM

Nama Pemilik	: Ummi Rohayati
Nama Usaha	: Keripik Rumah Kriuk
Alamat Usaha	: Dusun Banjar Sari, Desa Banjaran.
Skala Usaha	: UMKM Tahun Berdiri 2023
Jumlah Tenaga Kerja	: 1 Orang
No.Telpon/HP	: 082184330471

1.5 Tujuan dan Manfaat

1.5.1 Tujuan

1. Merancang strategi inovasi desain kemasan yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar

1.5.2 Manfaat

1. Bagi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

1. Menambah wawasan dan pengalaman dalam penerapan ilmu branding dan desain packaging dalam .

2. Bagi Mahasiswa

1. Memberikan pengalaman langsung dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam program pengabdian kepada masyarakat

3. Bagi Masyarakat Desa Banjaran

1. Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui penguatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

1.6 Mitra yang Terlibat

Mitra yang terlibat dalam kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM)

1. Kepala Desa dan Seluruh Staff Desa Banjaran, yang telah mengizinkan penulis untuk turut berkontribusi dan membantu Balai Desa dalam melakukan kegiatan kantor secara lebih efisien dan efektif.
2. SD 08 Padang Cermin sebagai lokasi pelaksanaan program dan pihak yang menerima manfaat secara langsung dari kegiatan sosial.
3. Ibu Ummi selaku pemilik UMKM Keripik Rumah Kriuk Dusun Banjar Sari.