BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktek Kerja Pengabdian Masyarkat (PKPM) merupakan salah satu perwujudan dari Tri Darma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. Pengabdian merupakan suatu wujud kristalisasi dan integralisasi dari ilmu yang tertuang secara teoritis di bangku kuliah untuk diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari dimasyarakat, sehingga ilmu yang diperoleh dapat diaplikasikan dan dikembangkan dalam kehidupan masyarakat luas. PKPM bagi mahasiswa diharapkan dapat menjadi suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Bagi masyarakat, kehadiran mahasiswa dihararapkan mampu memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan. Hal ini selaras dengan fungsi perguruan tinggi sebagai komunikasi dalam proses pembangunan dan penerapan IPTEK pada khususnya.

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) periode ini mengusung tema "Pengembangan Potensi Daerah Berbasis Teknologi Digital dan Ekonomi Daerah" sesuai dengan kompetensi program studi. Pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan di Kabupaten Lampung Selatan selama 30 hari yang terdiri dari 412 Mahasiswa dan 62 kelompok di 3 Kecamatan yaitu kecamatan Rajabasa, Kecamatan Penengahan dan Kecamatan Kalianda . Masing-masing kelompok terdiri dari 6-7 orang yang terdiri dari beberapa jurusan seperti Akuntansi, Manajemen, Sistem Informasi, Teknik Informatika, Bisnis Digital dan Desain Komunikasi Visual (DKV).

Berkaitan dengan salah satu syarat kelulusan Program S1 di Kampus IIB Darmajaya, pihak kampus mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan Mata Kuliah Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) pada salah satu desa yang telah ditentukan, dimana proses secara teori yang telah diserap di Kampus senantiasa dapat diterapkan di Desa Sumur Kumbang Kecamatan Kalianda, hal ini dinilai perlu karena begitu banyak potensi yang terdapat di Desa, mulai dari pertanian, perkebunan, industri-industri kecil menengah masyarakat dan lain-lain. Jika potensi-potensi ini dapat dikenal Desa Sumur Kumbang, banyak orang serta pengusaha-pengusaha, secara tidak langsung dapat berdampak positif dan dapat memajukan potensi daerah tersebut.

Desa Sumur Kumbang memiliki beberapa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan terdapat potensi yang bisa dikembangkan terutama di UMKM yang kami ambil yaitu olahan Keripik Pangsit Mak Der milik Ibu Desi Apriani. Kami

mengembangkan usaha Ibu Desi Apriani dengan cara mengimplementasikan pengetahuan dalam bidang ilmu teknologi terhadap UMKM.

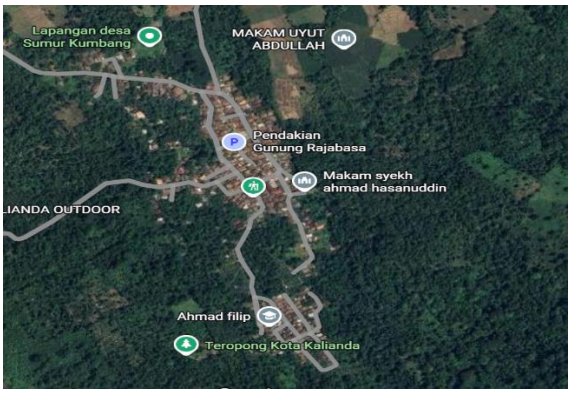
Permasalahan yang dihadapi UMKM ini masih menghadapi kendala dalam hal branding. Produk yang dihasilkan belum memiliki identitas visual yang kuat seperti logo resmi maupun desain kemasan yang menarik. Kondisi tersebut membuat produk sulit bersaing dengan merek lain di pasaran yang lebih dikenal dan memiliki tampilan kemasan lebih profesional.

Strategi branding melalui perancangan logo dan kemasan sangat penting untuk membangun citra usaha, meningkatkan brand awareness, serta memperluas jangkauan pemasaran. Desain logo yang tepat akan memperkuat identitas produk, sementara kemasan yang menarik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi media promosi yang efektif.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dan perancangan logo serta kemasan sebagai strategi branding bagi UMKM Keripik Pangsit Mak Der di Desa Sumur Kumbang agar mampu meningkatkan daya saing dan memberikan nilai tambah pada produk yang ditawarkan.

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 **"Perancangan Logo dan Kemasan Sebagi Strategi Branding UMKM Keripik Pangsit Mak Der di Desa Sumur Kumbang"**

1.1.1 Profil dan Potensi Desa



Gambar 1. 1 Peta Desa Sumur Kumbang

Desa Sumur Kumbang merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Desa ini memiliki posisi strategis karena berada di lereng Gunung Rajabasa dan dekat dengan pusat Kota Kalianda. Berdasarkan data tahun

2018, jumlah penduduk Desa Sumur Kumbang sebanyak 1.307 jiwa, yang terdiri dari 667 jiwa laki-laki dan 640 jiwa perempuan, dengan luas wilayah sekitar 375 hektar. Desa Sumur Kumbang memiliki potensi di bidang pertanian dan perkebunan seperti pisang, melinjo, biji pala. Selain itu, desa ini memiliki daya tarik wisata, di antaranya Teropong Kota Kalianda, jalur pendakian Gunung Rajabasa, dan Petilasan Syeh Mansyur. Desa ini juga dikenal akan kekayaan budaya, salah satunya tradisi upacara adat Ruwat Bumi yang rutin diselenggarakan setiap tahun. Dengan kekayaan alam, budaya, dan produk unggulan UMKM seperti olahan keripik pangsit Mak Der, Kopi Surti, Donat, Desa Sumur Kumbang memilik peluang besar untuk berkembang sebagai desa wisata unggulan di Kabupaten Lampung Selatan.

Susunan Organisasi Pemerintah Desa Sumur Kumbang, Kecamatan Kalianda

Tabel 1. 1Susunan Organisasi Organisasi Pemerintah

No	Nama	Jabatan
1	Armad	Kepala Desa
2	Mus Mulayadi	Sekertaris Desa
3		Bendahara Desa
4	Didik Prastyawan	Kaur Keuangan
5	TB. Saipudin	Kaur Perencanaan
6	Asep Hanapi	Kaur Umum
7	Ratnawati	Kasi Pemerintah
8	Duljaah	Kasi Pelayanan
9	Marsih	Kasi Kesejahteraan
10	Rustami	Kadus I
11	Safaat	Kadus II
12	M. Hujaemi	Kadus III
13	Abdul Hamid	Kadus IV
14	Saman	RT 1
15	Abdul Hamid	RT 2
16	Hapipi	RT 3
17	Sarwita	RT 4
18	Sakam Dadang	RT 5
19	Asnawi	RT 6
20	Salim	RT 7
21	Satra'i	RT 8

1.1.2 Profil UMKM

UMKM *Keripik Pangsit Mak Der* merupakan usaha rumahan yang berdiri sejak tahun 2022 oleh Desi Apriyani dan berlokasi di Desa Sumur Kumbang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Lampung. Nama *"Mak Der"* diambil dari panggilan ibunda pemilik yang berasal dari keluarga Minang (Padang), sehingga menjadi identitas khas dari usaha ini. Produk utama yang dihasilkan adalah keripik pangsit dengan beberapa pilihan kemasan, yaitu kemasan kecil berukuran 14 x 22 cm dengan harga Rp5.000, kemasan setengah kilogram seharga Rp35.000, dan kemasan satu kilogram seharga Rp70.000. Dalam sekali produksi, UMKM ini memerlukan biaya sekitar Rp129.000 untuk menghasilkan kurang lebih 40 bungkus kemasan kecil, dengan potensi keuntungan sekitar Rp71.000 setiap kali produksi.

Pembuatan Keripik Pangsit Mak Der yaitu dari tepung tapioka, tepung terigu, telur ayam, air, penyedap rasa, minyak goreng, dll. Ibu Desi Apriani membuat olahan keripik Pangsit setiap harinya dan dijual ke minimarket dan swalayan yang ada di kota kalianda. Namun, UMKM Keripik Pangsit Mak Der belum adanya inovasi dalam branding dan identitas produk. Oleh karena itu, dilakukan upaya rebranding berupa pembuatan logo, stiker kemasan, dan desain kemasan pouch yang lebih menarik agar produk lebih mudah dikenali konsumen.

Permasalahan-permasalahan dalam menjalani proses UMKM Keripik Pangsit Mak Der cukup memprihatinkan dikarenakan belum adanya identitas usaha atau logo brand dan kemasan. Maka kami sebagai mahasiswa yang menjalani PKPM (Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat) di desa Sumur Kumbang akan membantu proses pengembangan UMKM Keripik Pangsit Mak Der mulai dari perancangan logo brand yang belum ada, perancangan desain stiker kemasan yang lebih menarik, Perancangan desain kemasan yang lebih menarik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana merancang logo yang mampu merepresentasikan identitas UMKM Keripik Pangsit Mak Der?
2. Bagaimana merancang kemasan yang menarik, fungsional, dan sesuai dengan target pasar?
3. Bagaimana perancangan logo dan kemasan dapat digunakan sebagai strategi branding untuk meningkatkan daya saing UMKM Keripik Pangsit Mak Der?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Kegiatan

a. Merancang logo yang sesuai dengan karakter dan identitas UMKM Keripik Pangsit Mak Der.
b. Merancang desain kemasan yang menarik, fungsional, dan sesuai dengan kebutuhan pasar.
c. Memberikan strategi branding melalui identitas visual agar UMKM Keripik Pangsit Mak Der lebih dikenal oleh konsumen.

1.4 Manfaat Kegiatan

1.4.1 Manfaat untuk Mahasiswa

a. Bagi UMKM Keripik Pangsit Mak Der Memiliki logo sebagai identitas resmi yang memperkuat citra usaha.
b. Mendapatkan kemasan yang lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar.
c. Meningkatkan daya saing serta kepercayaan konsumen terhadap produk

1.4.2 Bagi Penulis

a. Menjadi sarana penerapan ilmu dalam bidang desain komunikasi visual.
b. Memberikan pengalaman nyata dalam merancang strategi branding untuk UMKM.

1.4.3 Manfaat bagi UMKM

a. Terciptanya desain Identitas Visual dari UMKM Keripik Pangsit Mak Der.

b. Meningkatkan pemasaran melalui hasil dari Identitas Visual yang baru.

1.4.4 Manfaat bagi IIB Darmajaya

a. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdia IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya Desa Sumur Kumbang.
b. Mempromosikan Kampus IIB Darmajaya yang terkenal akan kampus berbasis Teknologi Informasi dan Ekonomi Bisnis terhadap masyarakat kelurahan Ganjar Agung. Meningkatkan dan memperluas kerjasama antara kampus IIB Darmajaya dengan instansi lain melalui propram PKPM.

1.5 Mitra Yang Terlibat

1. Kepala Desa Sumur Kumbang Kec. Kalianda, Kota Lampung Selatan, Lampung.
2. Aparatur Desa Sumur Kumbang Kec. Kalianda, Kota Lampung Selatan, Lampung
3. Pemilik UMKM Keripik Pangsit Mak Der Kec. Kalianda, Kota Lampung Selatan.
4. Konsumen lokal sebagai responden dalam memberikan masukan terhadap desain logo dan kemasan.
5. Akademisi dan pembimbing yang berperan memberikan arahan dalam proses penelitian dan perancangan.