

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa secara interdisipliner, institusional, dan kemitraan sebagai wujud nyata pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. PKPM dirancang untuk memberikan pengalaman belajar langsung di masyarakat agar mahasiswa mampu mengimplementasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah untuk membantu memecahkan permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta memperkuat perekonomian daerah. UMKM di Indonesia menjadi salah satu sektor yang mampu bertahan dalam situasi fluktuasi ekonomi karena karakteristiknya yang fleksibel dan adaptif terhadap kebutuhan pasar. Salah satu bentuk kontribusi UMKM terhadap perekonomian daerah adalah pelestarian produk-produk lokal yang memiliki nilai budaya, cita rasa khas, dan potensi daya saing di pasar yang lebih luas. Among Zizi dodol Lampung yang berlokasi di Desa Maja, Kalianda, Lampung Selatan, merupakan salah satu UMKM yang memproduksi dodol Lampung pada tahun 2018. Dodol ini memiliki cita rasa autentik yang menjadi identitas kuliner khas Lampung dan berpotensi menjadi oleh-oleh unggulan daerah. Meskipun memiliki kualitas produk yang baik, UMKM ini menghadapi tantangan dalam hal identitas visual dan strategi promosi.

Dalam di era digital, desain logo dan katalog produk yang kuat dan menarik menjadi salah satu faktor kunci dalam membangun citra merek (*brand image*) dan memperluas jangkauan pasar (Prawesti et al., 2025). Desain yang komunikatif, konsisten, dan estetis tidak hanya akan memperkuat identitas merek, tetapi juga meningkatkan daya tarik visual yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu,

perancangan desain logo dan katalog produk bagi UMKM Among Zizi Dodol Lampung menjadi langkah strategis untuk mengoptimalkan potensi pemasaran, memperkuat posisi di pasar lokal, serta membuka peluang ekspansi ke pasar yang lebih luas, baik secara offline maupun online (Usman, 2025).

Logo merupakan salah satu elemen penting dalam identitas visual sebuah merek. Sebagai simbol yang merepresentasikan citra dan karakter suatu usaha, logo memiliki peran strategis dalam membangun persepsi positif di benak konsumen. Menurut prinsip desain komunikasi visual, sebuah logo yang efektif harus mampu memadukan estetika, makna, dan fungsi, sehingga dapat dengan mudah diingat, dikenali, dan dibedakan dari pesaing. Logo yang berfungsi sebagai simbol merek sekaligus identitas usaha belum dirancang secara profesional sehingga kurang mampu merepresentasikan karakter, kualitas, dan nilai yang ingin disampaikan kepada konsumen. Padahal, sebuah logo yang efektif dapat meningkatkan daya ingat konsumen terhadap merek sekaligus membedakan produk dari pesaing (Agustina et al., 2021).

Katalog produk merupakan salah satu media promosi yang berfungsi menyajikan informasi produk secara terstruktur, menarik, dan mudah dipahami oleh konsumen. Bagi UMKM seperti Among Zizi Dodol Lampung, katalog tidak hanya berperan sebagai daftar produk, tetapi juga sebagai sarana membangun citra merek, penyampaian informasi yang terstruktur, menampilkan ragam produk, spesifikasi, keunggulan, dan memperkuat kepercayaan pelanggan melalui penyajian visual yang profesional. Katalog juga yang dirancang dengan tata letak (*layout*) rapi, konsistensi warna dan tipografi, foto produk berkualitas, serta deskripsi yang jelas (Fatmawati & Patria, 2023).

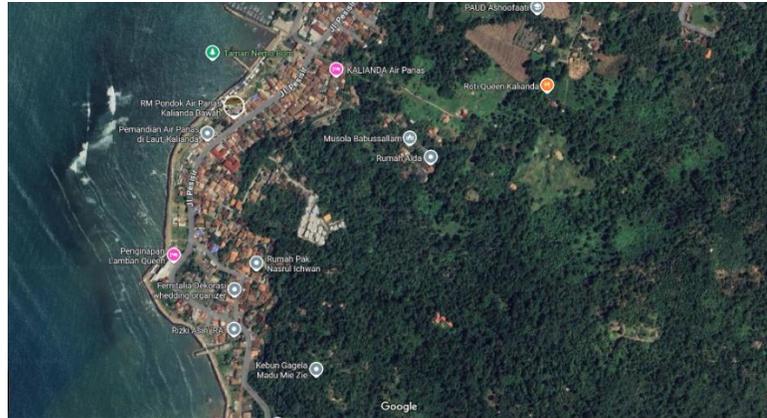
Permasalahan utama yang dihadapi UMKM Among Zizi terletak pada kurangnya identitas visual yang kuat serta strategi promosi yang efektif. Meskipun produk dodol Lampung yang dihasilkan memiliki kualitas rasa yang autentik dan berpotensi menjadi oleh-oleh khas daerah, UMKM ini masih kesulitan dalam membangun citra merek karena belum memiliki logo yang profesional dan katalog produk yang menarik. Hal ini membuat pemasaran produk terbatas hanya pada lingkup lokal dan sulit bersaing

dengan produk sejenis yang telah lebih dulu dikenal masyarakat. Dengan kondisi tersebut, UMKM Among Zizi memerlukan dukungan perancangan desain komunikasi visual yang mampu memperkuat branding, meningkatkan daya tarik konsumen, dan membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, **PERANCANGAN DESAIN PADA LOGO DAN KATALOG PRODUK PADA UMKM AMONG ZIZI TERLETAK DI DESA MAJA KALIANDA LAMPUNG SELATAN** menjadi langkah yang krusial untuk mengembangkan bisnis ini dan menciptakan identitas visual yang kuat serta efektif di tingkat lokal dan mungkin juga regional

### **1.1.1 Profil dan Potensi Desa**

Desa Maja adalah merupakan Desa berkembang Luas wilayah Desa Maja adalah ± 840 Ha , terdiri dari 2 (dua) dusun dan 4 (empat) RT dengan jumlah penduduk pada tahun 2023 adalah 1257 jiwa dan jumlah Kepala Keluarga (KK) adalah 407 KK. Desa Maja termasuk dalam kategori desa miskin dan tertinggal di karenakan masih sangat minimnya infra struktur terutama akses jalan dan jembatan yang menuju ke Desa Maja, minimnya fasilitas sosial terutama fasilitas kesehatan dan pendidikan dan tingginya jumlah keluarga miskin yang termasuk kategori keluarga prasejahtera dan sejahtera 1.

Mata pencaharian sebagian besar masyarakat adalah nelayan,petani,pekebun, buruh tani dan pekerja lepas dengan tingkat penghasilan yang jauh dibawah rata rata UMR (Upah Minimum Regional). Potensi perekonomian di Desa Maja sebagian besar adalah lahan pertanian,perkebunan dan perikanan yaitu sawah tadah hujan seluas ± 7 Ha dan lahan perkebunan terutama perkebunan kakao,cengkeh dan jagung ,dengan kondisi tanah yang merupakan tanah lempung yang subur, namun rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) masyarakat yang disebabkan karena rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan masyarakat serta kurangnya modal serta bantuan menyebabkan sebagaian besar masyarakat hanya berprofesi sebagai buruh tani dan pekerja lepas.



**Gambar 1.** *Google Maps* Desa Maja

1. Nama Desa : Maja
2. Kecamatan : Kalianda
3. Kabupaten : Lampung Selatan
4. Provinsi : Lampung
5. Luas Wilayah : + 380 ha
6. Jumlah Dusun : 2 Dusun
7. Batas Wilayah :
  - a. Sebelah Utara Kelurahan Kalianda
  - b. Sebelah Selatan Desa Pauh Tj. Iman
  - c. Sebelah Barat Laut Lepas
  - d. Sebelah Timur Desa Kesugiham

### **1.1.2 Profil UMKM**

1. Pemilik UMKM : Ibu Julikho.
2. Nama UMKM : Among Zizi.
3. Alamat UMKM : Desa Maja, Kecamatan Kalianda.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang desain logo yang mampu merepresentasikan identitas, karakter, dan nilai khas UMKM Among Zizi Dodol Lampung?

2. Bagaimana merancang katalog produk yang menarik, informatif, dan komunikatif untuk memperkenalkan variasi produk dodol Lampung kepada konsumen?
3. Bagaimana penerapan prinsip desain grafis yang tepat agar logo dan katalog produk dapat memperkuat citra merek dan meningkatkan daya tarik pemasaran?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat**

#### **1.3.1 Tujuan**

Perancangan ini bertujuan untuk:

1. Menghasilkan desain logo yang mampu mencerminkan identitas merek UMKM Among Zizi Dodol Lampung secara profesional dan konsisten.
2. Menghasilkan katalog produk yang terstruktur, menarik secara visual, dan informatif dalam menyajikan variasi serta keunggulan produk dodol Lampung.
3. Menerapkan prinsip-prinsip desain grafis yang efektif untuk meningkatkan citra merek dan mendukung strategi pemasaran UMKM

#### **1.3.2 Manfaat**

##### **1.3.2.1 Manfaat Bagi IIB Darmajaya**

1. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya di Desa Maja.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan literature Mahasiswa yang akan membuat laporan PKPM berikutnya

##### **1.3.2.2 Manfaat Bagi Masyarakat Desa Maja**

1. Menumbuhkan inovasi bagi masyarakat di Desa Maja.
2. Meningkatkan jiwa kewirausahaan bagi masyarakat di Desa Maja.
3. Bantu mendorong potensi yang ada di desa.
4. Memberikan inspirasi kepada masyarakat Desa Maja.

##### **1.3.2.3 Manfaat Bagi Mahasiswa**

1. Sebagai wujud pengabdian mahasiswa ke masyarakat.
2. Menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa dalam bersosialisasi secara langsung dengan masyarakat.
3. Mendorong mahasiswa agar dapat mengembangkan potensi yang ada di dalam dirinya.

## **1.4 Mitra Yang Terlibat**

### **1.4.1 Aparatur Desa Maja**

Desa Maja dahulu nya Desa tertua yang berada di Kabupaten Lampung Selatan selain Kahai dan Minjak Buluh yang Konon dahulu penduduknya berasal dari bagian utara wilayah Sumatera bagian Selatan., Desa Maja merupakan bagian dari Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan. Desa Maja kini memiliki 2 dusun yang di pimpin oleh Kepala Desa Bapak Arlizon,S.H.sebagai Kepala Desa yang sedang menjabat saat ini.

### **1.4.2 Masyarakat Desa Maja**

Dalam pelaksanaan kegiatan PKPM kali ini tentu nya tidak terlepas dari peranan penting oleh masyarakat di desa, dari yang masih anak-anak hingga orang tua semua berperan penting serta dengan tangan terbuka menerima kami di desa. Bahkan dalam beberapa kegiatan yang kami laksanakan dapat berjalan lancar karena bantuan dari para karang taruna serta warga sekitar.

### **1.4.3 Pemilik UMKM Among Zizi**

Ibu Julikho merupakan pemilik UMKM Among Zizi yang terletak di Desa Maja Kecamatan Kalianda Lampung Selatan.