

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi daerah, termasuk di Desa Tetaan, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah bagaimana membangun citra usaha agar mampu bersaing di pasar modern. Menurut Setiawati, Retnasari, & Fitriawati (2019), branding merupakan strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

Dua elemen penting dalam branding UMKM adalah logo dan kemasan. Logo berfungsi sebagai identitas visual yang membedakan produk dari pesaing, serta memudahkan konsumen mengingat merek (Ryani, 2020). Kemasan, selain berfungsi melindungi produk, juga berperan sebagai media komunikasi visual untuk menarik perhatian konsumen dan membangun persepsi kualitas (Klimchuk & Krasovec, 2012). Penelitian Lestari & Cahyani (2021) juga menegaskan bahwa desain kemasan yang menarik mampu meningkatkan daya saing produk lokal.

UMKM D'Fatih Keripik Pisang merupakan usaha rumahan yang bergerak di bidang pangan ringan berbasis pisang. Meskipun memiliki potensi produk yang khas, UMKM ini masih menghadapi keterbatasan dalam aspek identitas visual. Logo yang digunakan sebelumnya masih sederhana dan kurang merepresentasikan karakter produk, sementara desain kemasan belum informatif dan kurang memiliki daya tarik visual. Kondisi ini sejalan dengan temuan Mubarak & Widiyanto (2020), bahwa banyak UMKM masih mengabaikan peran desain grafis dalam membangun citra usaha.

Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan ulang logo dan kemasan pada UMKM D'Fatih Keripik Pisang. Upaya ini diharapkan dapat memperkuat identitas merek, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mendukung strategi branding UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Sebagaimana dijelaskan oleh Ghodeswar (2008), strategi branding yang kuat mampu

menciptakan diferensiasi, loyalitas, dan meningkatkan nilai tambah suatu produk. Dengan demikian, perancangan logo dan kemasan bukan sekadar aspek visual, melainkan strategi fundamental dalam membangun keberlanjutan UMKM di era kompetitif.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Desa Tetaan secara administratif terletak di Kecamatan Penengahan, Provinsi Lampung Selatan. Desa ini memiliki luas pemukiman $\pm$ 448 Hektar, jumlah kepala keluarga 540 KK, dengan jumlah jiwa sebanyak 1920 jiwa, sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Masyarakat di Desa Tetaan masih sangat kental dengan kegotong royongan dan kebersamaan. Untuk memberikan gambaran visual mengenai wilayah penelitian, berikut adalah peta lokasi Desa Tetaan yang menjadi tempat pelaksanaan kegiatan PKPM.



Gambar 1 Lokasi Desa Tetaan

Adapun batas-batas wilayah Desa Tetaan sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Desa Gayam
- Sebelah Selatan : Desa Karang Sari
- Sebelah Barat : Desa Penengahan
- Sebelah Timur : Desa Sukajaya

1.1.2 Profil UMKM

UMKM D’Fatih Keripik Pisang merupakan usaha rumahan yang berdiri sejak tahun 2017 oleh Sri Wahyuni dan berlokasi di Tetaan, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan, Lampung. Nama “D’Fatih” diambil dari panggilan anak pemilik, sehingga menjadi identitas khas dari usaha ini. Produk utama yang dihasilkan adalah keripik pisang dengan beberapa pilihan kemasan, yaitu kemasan *pouch* ukuran 150g dengan varian rasa original, manis, dan coklat.

Ibu Sri Wahyuni membuat olahan keripik Pisang setiap bulannya dan didistribusikan ke rumah makan dan swalayan yang ada di kota kalianda. Namun, UMKM D’Fatih Keripik Pisang sudah ada logo/kemasan lama tetapi sangat sederhana dan belum efektif.

Permasalahan dalam pengelolaan UMKM D’Fatih Keripik Pisang masih terlihat pada aspek identitas visual dan kemasan. Logo dan kemasan yang telah ada masih sangat sederhana dan kurang efektif, sehingga belum mampu berfungsi optimal sebagai identitas usaha maupun sarana promosi. Melalui kegiatan PKPM (Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat) di Desa Tetaan, dilakukan pendampingan untuk membantu proses pengembangan UMKM ini, khususnya dalam perancangan ulang logo yang lebih representatif serta desain kemasan yang lebih menarik dan komunikatif.

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 D’Fatih Keripik Pisang?
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 D’Fatih Keripik Pisang?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Kegiatan

- a. Merancang logo yang sesuai dengan karakter dan identitas UMKM D'Fatih Keripik Pisang.
- b. Merancang desain kemasan yang menarik, fungsional, dan sesuai dengan kebutuhan pasar.
- c. Memberikan strategi branding melalui identitas visual agar UMKM D'Fatih Keripik Pisang lebih dikenal oleh konsumen.

1.3.2 Manfaat Kegiatan

- a. Bagi UMKM D'Fatih Keripik Pisang
 - Memiliki logo sebagai identitas resmi yang memperkuat citra usaha.
 - Mendapatkan kemasan yang lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar.
 - Meningkatkan daya saing serta kepercayaan konsumen terhadap produk.
- b. Bagi Penulis
 - Menjadi sarana penerapan ilmu dalam bidang desain komunikasi visual.
 - Memberikan pengalaman nyata dalam merancang strategi branding untuk UMKM.
- c. Bagi Masyarakat dan Akademisi
 - Menjadi referensi bagi UMKM lain dalam pengembangan identitas visual dan strategi branding.
 - Menjadi bahan literatur bagi penelitian atau tugas akhir terkait branding UMKM.

1.4 Mitra Yang Terlibat

1. Kepala Desa Tetaan, Kec. Penengahan, Lampung Selatan, Lampung
2. Aparatur Desa Tetaan, Kec. Penengahan, Lampung Selatan, Lampung
3. Pemilik UMKM D'Fatih Keripik Pisang, Kec. Penengahan, Lampung Selatan, Lampung
4. Akademisi dan pembimbing yang berperan memberikan arahan dalam proses penelitian dan perancangan.
5. Pemuda Pemudi Desa Tetaan