

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu wujud pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengalaman belajar bagi mahasiswa sekaligus berkontribusi dalam pengembangan potensi daerah melalui pendampingan langsung kepada masyarakat.

Salah satu potensi besar di masyarakat adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner tradisional. UMKM tidak hanya berperan dalam meningkatkan ekonomi lokal, tetapi juga menjadi sarana pelestarian kearifan budaya melalui produk makanan khas. Namun, permasalahan umum yang dihadapi UMKM kuliner tradisional adalah minimnya perhatian terhadap desain produk, kemasan, dan branding. Produk yang berkualitas tinggi sering kali kalah bersaing karena tampilan visual dan identitas merek yang kurang menarik bagi konsumen.

UMKM Among Zizi, yang memproduksi berbagai makanan tradisional seperti dodol, bubur gijut, arem-arem, ketan lapis (segubal), gegandu, apem cukit, dan serundeng, merupakan salah satu contoh UMKM lokal dengan potensi besar. Produk-produk ini memiliki cita rasa khas serta bahan baku yang mudah diperoleh di daerah setempat. Namun, dalam aspek pemasaran, produk masih dikemas secara sederhana dan belum memiliki identitas visual yang kuat. Hal ini berdampak pada terbatasnya daya tarik konsumen, sehingga sulit bersaing dengan produk modern maupun kuliner industri lainnya.

Di era saat ini, desain produk kreatif tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga sebagai sarana membangun citra, meningkatkan nilai tambah, dan menarik minat pasar. Pengembangan desain kemasan yang informatif, higienis, dan estetik dapat memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen.

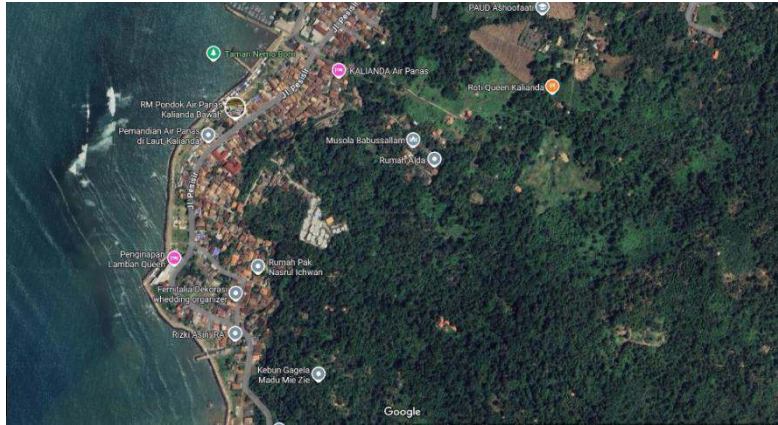
Oleh karena itu, melalui PKPM dengan judul “Pengembangan Desain Produk Kreatif pada UMKM Among Zizi untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Lokal”, mahasiswa berperan dalam memberikan pendampingan terkait pembuatan desain kemasan, logo, serta strategi

branding produk. Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM Among Zizi mampu menghadirkan produk tradisional dengan tampilan modern tanpa meninggalkan identitas budaya, sehingga lebih siap bersaing di pasar lokal maupun global.

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 kwalitas 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 : $\pm$ 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

Dari latar belakang diatas muncul rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi desain produk UMKM Among Zizi sebelum dilakukan pengembangan?

2. Apa kendala yang dihadapi UMKM Among Zizi dalam menciptakan desain produk yang menarik dan kompetitif?
3. Bagaimana pengembangan desain produk kreatif dapat meningkatkan daya saing produk Among Zizi di pasar lokal?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Perancangan ini bertujuan untuk:

1. Menciptakan desain produk yang merepresentasikan identitas merek secara profesional dan konsisten.
2. Menampilkan produk dengan visual yang menarik, informatif, serta menonjolkan keunggulan produk UMKM Among Zizi.
3. Menerapkan prinsip desain grafis yang efektif dalam setiap elemen visual untuk meningkatkan citra merek sekaligus mendukung strategi pemasaran UMKM secara berkelanjutan.

1.3.2 Manfaat

1.3.2.1 Manfaat Bagi IIB Darmajaya

1. Menjadi bentuk nyata pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat.
2. Meningkatkan citra positif kampus sebagai institusi pendidikan yang aktif mendukung perkembangan teknologi, kreativitas, serta pemberdayaan UMKM di daerah.
3. Menjadi bukti kontribusi kampus dalam mendukung transformasi digital dan pengembangan desain produk kreatif pada sektor ekonomi masyarakat.
4. Membangun hubungan kemitraan yang baik antara kampus dengan masyarakat Desa Maja, Lampung Selatan.

1.3.2.2 Manfaat Bagi Masyarakat Desa Maja

1. Menjadi contoh nyata pemanfaatan kreativitas dan teknologi dalam mengembangkan ekonomi desa.
2. Memberikan inspirasi dan motivasi bagi UMKM lain untuk melakukan inovasi dalam desain produk maupun strategi pemasaran.

3. Mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan daya saing produk-produk kuliner tradisional.

1.3.2.3 Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Menumbuhkan kepekaan sosial serta kemampuan problem solving dalam menghadapi tantangan UMKM lokal.
2. Mengaplikasikan ilmu dan keterampilan (khususnya desain, branding, dan digital marketing) secara langsung di lapangan.
3. Menambah pengalaman kerja sama dengan pelaku usaha serta meningkatkan kemampuan komunikasi, edukasi, dan kreativitas dalam merancang solusi.

1.4 Mitra yang terlibat

1.4.1 Aparatur Desa Maja

Pemerintah Desa Maja turut mendukung kegiatan ini melalui pemberian izin dan fasilitasi koordinasi antara mahasiswa pelaksana dengan masyarakat setempat. Kehadiran perangkat desa juga memperkuat legitimasi dan keterlibatan lokal dalam proses pelaksanaan program.

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 Juleho sebagai pelaku usaha menjadi tokoh sentral dalam kegiatan ini. Beliau berperan aktif dalam diskusi, pendampingan, dan pelatihan terkait pengembangan desain produk kreatif serta pemahaman mengenai pentingnya kemasan dan branding bagi daya saing usaha.