

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan penelitian dalam lima tahun terakhir menunjukkan bahwa logo dan kemasan memiliki peran besar dalam membentuk persepsi konsumen terhadap suatu produk, khususnya pada usaha kecil seperti UMKM. Liang et al. (2024) menjelaskan bahwa logo tidak hanya menjadi simbol visual, tetapi juga memengaruhi persepsi konsumen, sikap terhadap merek, citra, hingga niat beli. Dengan kata lain, logo yang dirancang dengan tepat dapat menjadi aset penting untuk memperkuat posisi merek di benak konsumen.

Lebih lanjut, riset terbaru dalam *Journal of Business Research* (2023) memperkenalkan konsep *logo dynamism*, yaitu sejauh mana sebuah logo terlihat dinamis atau statis. Hasilnya menunjukkan bahwa kesesuaian karakter logo dengan jenis produk sangat menentukan, produk yang bersifat hedonis lebih cocok menggunakan logo dinamis, sedangkan produk yang utilitarian lebih sesuai dengan logo statis. Temuan ini menegaskan bahwa desain logo harus disesuaikan dengan karakter produk agar lebih efektif.

Selain logo, kemasan juga terbukti memegang peran strategis. Liu, Samsudin, dan Zou (2025a) mengungkap bahwa elemen visual pada kemasan seperti warna, grafis, dan tipografi secara langsung berpengaruh terhadap intensi beli konsumen. Bahkan, pengalaman merek yang timbul dari interaksi konsumen dengan kemasan terbukti menjadi faktor perantara yang memperkuat hubungan tersebut. Hal ini sejalan dengan tinjauan sistematis Liu et al. (2025b) yang menekankan bahwa kemasan modern bukan sekadar pelindung produk, melainkan sarana komunikasi yang kompleks menyampaikan informasi, membentuk ekspektasi, hingga menonjolkan aspek keberlanjutan.

Salah satu UMKM lokal yang cukup berkembang di Desa Buah Berak adalah Kerupuk Tahu Bagus Hasby. Meskipun memiliki cita rasa yang khas dan sudah

dikenal di kalangan masyarakat sekitar, namun dari segi identitas visual seperti logo dan kemasan produk belum memiliki tampilan yang menarik dan profesional. Padahal, menurut Kotler & Keller (2016), kemasan adalah “silent salesman” yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

Desain kemasan dan logo yang baik dapat memperkuat citra merek, membangun kepercayaan, dan meningkatkan daya saing produk di pasar. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Dwi Kartini (2018) yang menyatakan bahwa "visual branding merupakan elemen penting dalam menciptakan diferensiasi dan positioning produk di tengah persaingan yang ketat".

Dari berbagai hasil penelitian terbaru tersebut, dapat disimpulkan bahwa optimalisasi desain logo dan kemasan merupakan strategi yang tepat bagi UMKM untuk meningkatkan daya tarik produk. Dalam konteks “UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby”, penguatan identitas visual melalui logo yang sesuai dan kemasan yang komunikatif akan membantu produk lebih mudah dikenali, menumbuhkan kepercayaan konsumen, serta meningkatkan peluang pembelian di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Desa Buah Berak merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Secara administratif, desa ini terbentuk sekitar tahun 1952. Asal-usul nama “Buah Berak” memiliki cerita yang unik dan khas secara lokal. Pada awalnya, nama desa ini adalah “Buah Bekhak”. Namun, karena kata “Bekhak” tidak tercantum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ejaannya kemudian diubah menjadi “Berak”.

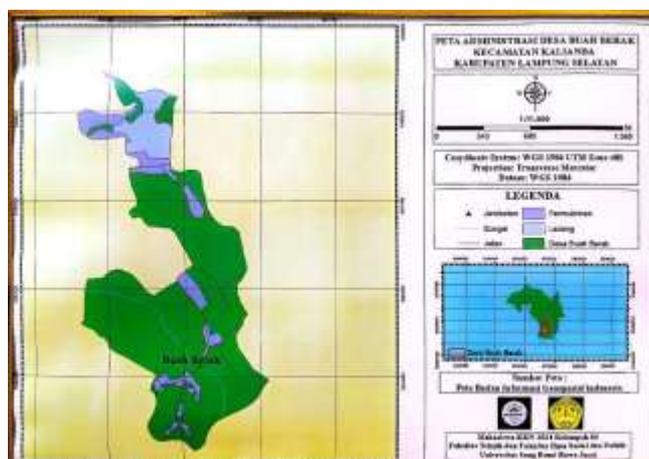
Menurut para tokoh masyarakat, kata “Buah” memiliki makna hasil tanaman. Hal ini berkaitan dengan kondisi desa pada masa itu yang memiliki banyak pohon pinang. Pohon pinang sendiri memiliki makna

penting dalam adat Lampung, yaitu sebagai simbol penyambutan tamu atau tanda penghormatan.

Sementara itu, kata “Berak” berasal dari bahasa Lampung “Bekhak” yang berarti luas atau lebar, merujuk pada wilayah desa yang cukup luas. Oleh karena itu, masyarakat setempat menyebut wilayah tersebut sebagai “Buah Berak”. Nama ini kemudian melekat dan digunakan secara resmi hingga saat ini.



Gambar 1.1 Struktur Pemerintahan Desa Buah Berak



Gambar 1.2 Peta Desa Buah Berak

1.1.1.1 Kondisi Geografis

a) Batas Wilayah Desa Buah Berak

Letak Geografis Desa Buah Berak, terletak di antara :

1. Sebelah Utara : Kelurahan Kalianda
2. Sebelah Selatan : Desa Sumur Kumbang
3. Sebelah Barat : Desa Kesugihan
4. Sebelah Timur : Kelurahan Bumi Agung

b) Luas Wilayah Desa Buah Berak

- | | |
|----------------|-------------------------|
| 1. Pemukiman | : 40 Ha/m ² |
| 2. Persawahan | : 7 Ha/m ² |
| 3. Perkebunan | : 300 Ha/m ² |
| 4. Kuburan | : - |
| 5. Pekarangan | : 10 Ha/m ² |
| 6. Perkantoran | : - |
| 7. Total Luas | : 357 Ha/m ² |

c) Orbitasi

- | | |
|--|-----------------|
| 1. Jarak Ke Ibu Kota Kecamatan Terdekat | : 3 km |
| 2. Lama Jarak Tempuh Ke Ibu Kota Kecamatan | : 3 M |
| 3. Jarak Ke Ibu Kota Kabupaten | : 6 km |
| 4. Lama Jarak Tempuh Ke Ibu Kota Kabupaten | : 40 M |
| 5. Jarak Ke Ibu Kota Provinsi | : 58 km |
| 6. Lama Jarak Tempuh Ke Ibu Kota Provinsi | : 1 Jam
30 M |

d) Iklim

- | | |
|----------------------------|-----------------|
| 1. Curah Hujan | : - |
| 2. Jumlah Bulan Hujan | : Tidak Menentu |
| 3. Kelembaban | : - |
| 4. Suhu Rata-Rata Harian | : 29 Celcius |
| 5. Tinggi Tempat Pemukiman | : - |

1.1.1.2 Kondisi Demografi

Jumlah Kepala Keluarga	: 600
a) Penduduk Menurut Jenis Kelamin	
• Laki-laki	: 1.080
• Perempuan	: 1.019
• Jumlah Total Penduduk	: 2.099
b) Penduduk Menurut Mata Pencaharian	
1. Petani	: 1.784
2. Buruh Tani	: 258
3. Pegawai Negeri Sipil	: 34
4. Pengrajin Industri Rumah	: 4
5. Pedagang Keliling	: 7
6. TNI	: 4
7. POLRI	: 3
8. Pensiunan PNS	: 5

1.1.2 Profil UMKM

Pemilik UMKM	: Bapak Tubagus Habibi
Nama Usaha	: Kerupuk Tahu Bagus Hasby
Alamat Usaha	: Jl. Way Belerang, Jl. Veteran Atas, Sumur Kumbang, Kec. Kallianda, Kabupaten Lampung Selatan, Lampung 35551.
Tahun Berdiri	: 2020
Produk yang ditawarkan	: Kerupuk Tahu
Masalah	: Pencatatan Keuangan, Pemasaran Digital, Pembaruan Logo dan Kemasan.

UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby yang di ketuai oleh Bapak Tubagus Habibi berada di Dusun 3 Desa Buah Berak, usahanya baru saja dijalankan kurang lebih selama 5 tahun, UMKM ini merupakan UMKM Rumahan dan UMKM ini hanya mensuplai toko dan pedagang

eceran. Oleh karena itu, kami membantu pendampingan UMKM dalam bentuk merapihkan catatan laporan keuangan, pembaharuan logo dan kemasan, pembuatan akun sosial media berupa instagram serta pembuatan marketplace facebook. yang diharapkan dapat membantu mengoptimalkan penjualan produk.



Gambar 1.3 Produk Kerupuk Tahu Bagus Hasby yang masih

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada pembuatan laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini adalah :

1. Bagaimana meningkatkan branding agar terlihat menarik dari segi desain kemasan dan logo UMKM?
2. Bagaimana proses perancangan logo dan desain kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Tujuan dari Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yaitu :

1. Design yang terlihat lebih eyecatching dan mempunyai unsur atau ciri khas produk itu sendiri yang diharapkan agar lebih dikenal dengan gambaran baru logo dan desain kemasan.
2. Mendesain kemasan produk yang menarik, informatif, dan sesuai dengan target pasar.

1.3.2 Manfaat

2. Bagi kampus IIB Darmajaya
 - a. Mempromosikan kampus IIB Darmajaya yang terkenal berbasis teknologi informasi dan ekonomi bisnis kepada masyarakat desa.
 - b. Sebagai acuan dan bahan atau referensi tambahan pengetahuan dibidang Teknologi Informasi bagi akademik di IIB Darmajaya Bandar Lampung.
 - c. Mahasiswa dapat memiliki kemampuan bersosialisasi dengan masyarakat.
 - d. Memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa.
 - e. Sebagai wujud pengabdian masyarakat.
3. Bagi Mahasiswa
 - a. Mendapatkan nilai lebih yaitu kemandirian disiplin, tanggung jawab dan jiwa kepemimpinan.
 - b. Menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa yang dapat digunakan untuk menyongsong dimasa yang akan datang.
 - c. Mahasiswa dapat memiliki kemampuan bersosialisasi dengan masyarakat.
 - d. Memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa sebagai wujud pengabdian masyarakat

4. Bagi Masyarakat

- a. Untuk meningkatkan perekonomian masyarakat serta untuk membedayakan masyarakat agar semua masyarakat dapat membuka usaha dan memanfaatkan kemajuan teknologi.
- b. Dapat mengembangkan dan mengelola potensi desa dengan baik.

5. Bagi UMKM

1. Untuk meningkatkan penjualan serta membantu perekonomian pelaku UMKM di Dusun 3 Desa Buah Berak.
2. Dapat mengembangkan dan mengelola produk menjadi lebih baik.
3. Membuat UMKM lebih dikenal luas oleh konsumen.

1.3 Mitra yang terlibat

Berikut merupakan mitra yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di desa Buah Berak :

1. Seluruh aparatur desa Buah Berak khususnya Kepala Desa Bapak Umar Sofriandi, SE. yang memberikan izin dan mendampingi pelaksanaan kegiatan.
2. Bapak Tubagus Habibi selaku Pendiri UMKM Emping Bagus Hasby, yang menjadi Subjek utama dalam kegiatan bransing dan digitalisasi.
3. Warga Desa Buah Berak yang memberikan dukungan selama kegiatan PKPM berlangsung.