

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu wujud nyata dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini tidak hanya menjadi wadah bagi mahasiswa untuk mengimplementasikan ilmu dan keterampilan yang didapatkan di bangku kuliah, tetapi juga sebagai sarana untuk memberikan kontribusi langsung dalam menghadapi tantangan sosial, ekonomi, dan teknologi yang dihadapi oleh masyarakat. PKPM adalah jembatan yang menghubungkan antara teori di kampus dengan realita di lapangan, membantu mahasiswa mengasah kepekaan sosial, berpikir kreatif, dan merumuskan solusi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya melaksanakan PKPM selama satu bulan, dari tanggal 21 Juli hingga 20 Agustus 2025. Program ini difokuskan di Kabupaten Lampung Selatan, yang mencakup tiga kecamatan, yaitu Kalianda, Penengahan, dan Rajabasa. Salah satu lokasi pengabdian yang menjadi fokus adalah Desa Kekiling, Kecamatan Penengahan.

Salah satu wujud nyata percampuran kehidupan sosial dan ekonomi dari masyarakat Indonesia bisa tercermin dari keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Saat ini UMKM menjadi salah satu peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data statistik tahun 2024, jumlah yang diberikan UMKM mencapai 99% dari seluruh unit usaha di Indonesia, jumlah pelaku UMKM diperkirakan mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 61%, atau sekitar Rp 9.580 triliun. Selain itu, UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja, yang merupakan 97% dari total angkatan kerja. (Akhadi, 2025)

Partisipasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan dalam menggerakkan roda perekonomian Indonesia. Pada era zaman modern seperti saat ini, para pelaku UMKM penting untuk memberikan identitas pada produknya dikarenakan semakin banyaknya pelaku UMKM. Dikarenakan persaingan yang semakin luas, maka semakin beragam jenis produk yang semakin banyak dapat menyerupai produk kita. Untuk itu diperlukannya mem-branding produk agar konsumen dapat membedakan produk dengan jenis yang sama.

Branding diartikan dalam bahasa Inggris diambil dari kata *Brand* yang berarti merek. *Brand* atau merek produk berfungsi sebagai elemen yang membedakan produk kita dari produk lain, sambil meningkatkan kesadaran merek dan memudahkan pelanggan untuk terhubung dengan identitas merek produk dengan lebih baik (Yusriyya & Sugito, 2024). Dengan demikian, konsumen akan lebih mudah mengidentifikasi produk yang dimiliki oleh kita. Selain itu, dengan

konsumen mengenali produk, maka produk akan lebih dipercaya. Seperti menurut (Susanti et al. 2023) *branding* adalah meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu merek, membangun keyakinan masyarakat terhadap merek tersebut, membentuk persepsi masyarakat terhadap merek, dan menciptakan rasa cinta serta loyalitas masyarakat terhadap merek tersebut.

Menurut (Bagaskara & Islam, 2023) pada perusahaan makanan, logo tidak hanya berfungsi sebagai simbol karakteristik dan pengantar nilai, tetapi juga berperan sebagai daya tarik untuk menarik perhatian pelanggan. Sebagai contoh, pada logo restoran yang menonjolkan cita rasa pedas, gambar cabe merah dapat digunakan sebagai elemen desain utama. Pengembangan logo untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) akan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai jual produk tersebut. Elemen-elemen dalam logo membantu pembeli untuk membayangkan, menggambarkan, dan membedakan produk yang sedang dijual. Keunggulan dari sebuah logo adalah kemampuan pelanggan untuk dengan cepat mengidentifikasikannya dengan merek tertentu (Sulistyo et al., 2024).

Pada program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), penulis menemukan bahwa sebagian besar pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kekiling belum memiliki identitas visual berupa logo, sehingga menyulitkan mereka dalam membangun *brand identity* yang kuat dan berkelanjutan. Salah satu diantaranya adalah UMKM Kerajinan Anyaman milik Ibu Maryani. Berdasarkan permasalahan tersebut, mahasiswa PKPM Desa Kekiling melaksanakan kegiatan pendampingan dalam bentuk pengembangan *branding* usaha melalui perancangan logo serta penyusunan katalog digital sebagai sarana literasi digital. Tulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran terkait urgensi pembangunan *branding* UMKM melalui penguatan identitas visual.

1.1.1. Profil dan Potensi Desa

Desa Kekiling adalah salah satu desa yang ada di Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan. Desa Kekiling memiliki 5 Dusun dan 18 RT. Desa Kekiling mempunyai luas wilayah 500 ha. Potensi yang dimiliki di Desa Kekiling Kecamatan Penengahan meliputi pertanian dan peternakan serta industri rumahan dengan ketinggian rata-rata 55 m tanah dari permukaan laut (mdpl). Berdasarkan data AKP (Analisis Kependudukan Partisipasi) pada tahun 2024 jumlah Penduduk Desa Kekiling, Laki-laki = 1261 jiwa, Perempuan = 1230 jiwa, sehingga total keseluruhan jiwa = 2491 dan memiliki 733 KK. Data ini akan selalu berubah setiap tahun karena pendataan yang akan dilaksanakan setiap satu tahun.

Desa Kekiling terletak di bagian tengah Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan. Wilayah desa ini relatif datar dengan kontur berupa dataran rendah, sehingga sangat cocok untuk kegiatan pertanian dan perkebunan. Desa Kekiling memiliki luas

wilayah sekitar 5,25 km², dan secara administrasi berbatasan dengan 4 wilayah yaitu: Sebelah Utara, berbatasan dengan Desa Pelembapang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Belambangan, Kec. Penengahan, Kab. Lampung Selatan. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Rawi, Kec. Penengahan, Kab. Lampung Selatan. Dan sebelah Barat berbatasan dengan Desa Padan, Kec. Penengahan, Kab. Lampung Selatan.



Gambar 1. 1 Letak geografis Desa Kekiling

1.1.2 Profil UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu fondasi utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia. Salah satunya adalah UMKM Kerajinan Anyaman. Usaha ini dimulai pada tahun 2015 oleh Ibu Maryani dengan alamat usaha di Jl. Pahlawan Cincin, RT.07/ RW.09, Dusun 03, Desa Kekiling, Kec. Penengahan, Kab. Lampung Selatan. UMKM ini memfokuskan pada bidang kerajinan anyaman dengan produk-produk autentik khas lampung sesuai dengan permintaan pemesan. Selain pengerjaan produk kerajinan masih sangat tradisional, pemasaran produk juga masih konvensional dimana tidak adanya tempat promosi, informasi tentang usaha masih didapatkan dari mulut ke mulut, dari saudara ke saudara. Sehingga UMKM masih belum dikenal di tengah masyarakat.



Gambar 1. 2 UMKM Kerajinan Anyaman

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan data yang disampaikan, di Desa Kekiling, Kec. Penengahan, Kab. Lampung Selatan memiliki masalah mengenai *branding*. Salah satu masalah utama yang diamati adalah belum adanya identitas visual pada produk UMKM, khususnya untuk

UMKM Kerajinan Anyaman milik ibu Maryani. Ibu Maryani belum memiliki logo pada kemasan produknya. Kurangnya identitas visual tersebut membuat produk sulit untuk dibedakan dari produk-produk sejenis, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi daya tarik produk di mata konsumen.

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1. Tujuan

Untuk membantu pelaku UMKM Kerajinan Anyaman memiliki identitas visual atau merek usaha guna meningkatkan pengakuan serta daya tarik dari konsumen dan kecenderungan untuk membeli produk kerajinan sehingga meningkatkan penjualan.

1.3.2. Manfaat

1. Bagi Kampus

Sebagai bentuk nyata untuk mengevaluasi program pengabdian, memperkuat hubungan dengan masyarakat, mendokumentasikan prestasi, dan mengidentifikasi kebutuhan fasilitas. Selain itu, laporan ini juga menjadi bukti pemberdayaan dan pengabdian Mahasiswa IIB Darmajaya kepada masyarakat, khususnya di lingkungan Desa Kekiling.

2. Bagi Mahasiswa

Penerapan ilmu yang diperoleh mahasiswa selama kuliah dan diterapkan kepada masyarakat.

3. Bagi UMKM

Menambah pengetahuan bagi pemilik UMKM Kerajinan Anyaman dalam literasi digital dan guna logo sebagai identitas atau merek dagang UMKM.

1.4. Mitra Yang Terlibat

Mitra yang terlibat dalam kegiatan PKPM ini adalah sebagai berikut :

1. Kepala Desa dan Perangkat Desa Kekiling Kec. Penengahan, Kab. Lampung Selatan.

Sebagai fasilitator utama dalam pelaksanaan kegiatan PKPM. Mereka memberikan izin, arahan serta mendukung kegiatan mahasiswa PKPM dalam menjalankan program. Mereka juga membantu menjembatani komunikasi mahasiswa dan masyarakat, serta mendukung kelancaran kegiatan di lapangan melalui koordinasi dan penyediaan data yang dibutuhkan.

2. Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kerajinan yang ada di Desa Kekiling

UMKM, khususnya pelaku usaha kerajinan anyaman, merupakan mitra utama dalam program ini. Mereka menjadi fokus penerima manfaat dari kegiatan penguatan identitas visual usaha, seperti pembuatan logo dan katalog digital. Partisipasi aktif dari pelaku UMKM sangat menentukan keberhasilan program, terutama dalam memberikan informasi terkait usaha, kebutuhan desain, serta keterlibatan dalam proses validasi hasil karya desain yang diberikan oleh mahasiswa PKPM.