

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Program Kreativitas dan Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu bentuk kegiatan pengabdian Mahasiswa kepada masyarakat yang bertujuan untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas yang telah dipelajari di bangku kuliah. Melalui PKPM, Mahasiswa diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam menyelesaikan permasalahan di masyarakat, mendukung pengembangan potensi lokal, serta mendorong kemandirian usaha masyarakat. Kegiatan PKPM tidak hanya berorientasi pada transfer ilmu, tetapi juga membangun kerja sama dengan pelaku usaha, lembaga, maupun masyarakat dalam menemukan solusi yang bermanfaat secara berkelanjutan.

Salah satu fokus kegiatan PKPM adalah mendukung penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM berperan penting dalam perekonomian masyarakat karena menjadi sumber penghasilan, membuka lapangan kerja, serta mengangkat potensi daerah. Namun, tidak sedikit UMKM yang masih menghadapi kendala, baik dalam hal produksi, pemasaran, maupun pengelolaan identitas usaha. Pada titik inilah, Mahasiswa melalui PKPM dapat memberikan pendampingan sesuai dengan bidang ilmu yang ditekuni.

Salah satu UMKM yang menjadi mitra kegiatan PKPM adalah UMKM Dimas Snack yang berada di Desa Way Kalam, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan. UMKM ini bergerak di bidang usaha makanan ringan dengan produk andalan berupa kripik pisang lumer berbagai varian rasa dan Salay Pisang. Produk ini memanfaatkan potensi lokal berupa hasil perkebunan pisang yang melimpah di Lampung Selatan. Namun demikian, UMKM Dimas Snack masih menghadapi kendala dalam aspek identitas visual dan *Branding*.

Logo serta kemasan yang digunakan masih sederhana dan belum mampu mewakili ciri khas daerah maupun nilai unik dari produk yang ditawarkan. Branding yang kurang konsisten dan kurangnya elemen-elemen visual yang menarik membuat produk kerupuk uyel ini sulit untuk bersaing dengan produk sejenis yang lebih dikenal atau sudah lebih dulu memiliki citra yang kuat di pasar (Zuvasari, Rahayu, Murni, & Fieza, 2025).

Seiring dengan tujuan PKPM yang ingin mendukung peningkatan kualitas UMKM, kegiatan ini difokuskan pada Optimalisasi identitas visual melalui *Rebranding* logo UMKM Dimas Snack. *Rebranding* logo dianggap penting karena logo adalah wajah dari sebuah usaha yang berfungsi membangun citra, meningkatkan daya tarik konsumen, serta menjadi pembeda dengan kompetitor. Dengan adanya *Rebranding*, produk Dimas Snack diharapkan memiliki identitas yang lebih kuat, profesional, dan mudah diingat oleh masyarakat.

Intervensi ini mencakup pelatihan pembuatan logo yang profesional, penyusunan materi iklan promosi digital, serta pemanfaatan media sosial sebagai saluran distribusi (Tjahjowulan, I. 2022). Melalui langkah ini, diharapkan UMKM Dimas Snack mampu meningkatkan nilai jual produknya, memperluas pasar, serta ke depannya dapat dikenal luas dan menjadi oleh-oleh khas Lampung. Pada akhirnya, hasil dari kegiatan PKPM berupa *Rebranding* ini diharapkan dapat meningkatkan brand identity UMKM Dimas Snack, sehingga mampu bersaing dengan produk sejenis di pasaran sekaligus mengangkat nama Lampung melalui produk olahan pisang yang khas.

1.1.1. Profil dan Potensi Desa

Desa Wisata Way Kalam yang berada di lereng Gunung Rajabasa mulai dikenal sejak tahun 1999. Saat itu, potensi wisata alamnya masih belum dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat. Berbekal

semangat gotong royong dan kearifan lokal, warga terus menjaga kelestarian alam dan budaya Desa.

Memasuki tahun 2015, pemuda dan masyarakat mulai bergerak membangun desa wisata dengan tujuan meningkatkan taraf sosial, ekonomi, dan budaya tanpa meninggalkan tradisi. Meski penuh keterbatasan, mereka berhasil menata lingkungan, menyediakan homestay, serta mengembangkan atraksi wisata berbasis pertanian, seni, dan budaya. Seiring waktu, dukungan pemerintah dan berbagai pihak mendorong kemajuan Desa wisata. Puncaknya, pada periode 2019-2020, Way Kalam mendapat pendampingan intensif berupa perbaikan sarana hingga promosi daring. Dampaknya, jumlah kunjungan meningkat pesat dari kurang dari 1.000 orang (2015) menjadi sekitar 5.000 orang per tahun pada 2022-2023.

Kini, Way Kalam dikenal sebagai Desa wisata berbasis alam dan budaya yang mampu memberdayakan lebih dari 70% masyarakatnya. Air Terjun Way Kalam menjadi ikon wisata yang dijaga kelestariannya, sementara masyarakat juga meraih berbagai penghargaan nasional sejak 2021 hingga 2023.

Selain potensi wisata, Desa Way Kalam memiliki berbagai potensi yang menopang kehidupan masyarakat, antara lain:

1. Potensi Pertanian

Lahan subur dengan iklim mendukung menjadikan Desa ini kaya hasil pertanian. Komoditas utama adalah kopi dan kakao, yang berpotensi dikembangkan menjadi produk olahan bernilai tinggi. Selain itu, hortikultura berupa sayur dan buah segar juga menjadi andalan untuk pasar lokal.

2. Potensi Wisata

Keindahan alam seperti Air Terjun Way Kalam serta keberadaan fauna langka (harimau, rangkong, siamang, dan lainnya) menjadi daya tarik ekowisata. Budaya lokal juga hidup melalui festival, kesenian daerah, dan kerajinan tangan yang unik. Potensi ekowisata berbasis Hutan Gunung Rajabasa menjadi peluang besar untuk promosi wisata berkelanjutan.

3. Potensi Kerajinan dan Industri Kreatif

Desa Way Kalam dikenal dengan kerajinan tapis Lampung, anyaman bambu, kayu, serta karya seni seperti patung dan siger dari kayu. Industri kreatif ini mampu mendukung ekonomi masyarakat sekaligus melestarikan budaya.

4. Potensi Infrastruktur

Peningkatan akses jalan, transportasi, serta fasilitas umum seperti balai warga dan pusat komunitas akan memperkuat konektivitas dan kualitas hidup masyarakat.

5. Potensi Pendidikan dan Pelatihan

Program pendidikan dan pelatihan di bidang pertanian, kerajinan, dan pariwisata menjadi kunci peningkatan kapasitas masyarakat. Kolaborasi dengan institusi pendidikan membuka peluang besar bagi pengembangan SDM Desa.

6. Potensi Energi Terbarukan

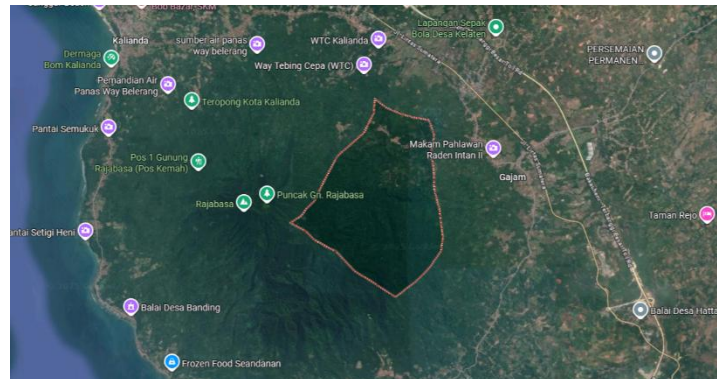
Desa ini berpeluang mengembangkan energi matahari melalui panel surya dan biomassa dari limbah pertanian, sehingga mendorong kemandirian energi ramah lingkungan.

7. Potensi UKM (Usaha Kecil dan Menengah)

Way Kalam memiliki peluang besar dalam pengembangan UKM berbasis hasil pertanian (kopi, kakao, pala, jahe, pisang, gula aren) maupun kerajinan. Hal ini dapat meningkatkan perekonomian lokal secara berkelanjutan.

8. Potensi Kemitraan dan Kolaborasi

Dukungan pemerintah, sektor swasta, lembaga pendidikan, maupun organisasi non-pemerintah sangat penting dalam mempercepat pembangunan Desa melalui proyek sosial, lingkungan, maupun investasi.



Gambar 1. 1. Denah Lokasi Desa Way Kalam

1.1.2. Profil BUMDES

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Way Kalam merupakan lembaga ekonomi Desa yang didirikan untuk mengelola potensi lokal serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. BUMDes berfungsi sebagai penggerak ekonomi Desa dengan menjalankan beberapa unit usaha strategis.

Salah satu peran utama BUMDes adalah dalam pengelolaan wisata Air Terjun Way Kalam, yang mencakup penyediaan fasilitas, pemeliharaan lingkungan, serta kerja sama dengan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dalam menarik kunjungan wisatawan. Selain itu, BUMDes juga menjalankan unit simpan pinjam yang memberikan akses permodalan bagi masyarakat, khususnya pelaku UMKM yang membutuhkan tambahan modal usaha.

BUMDes Way Kalam juga turut mendukung pengembangan UMKM lokal dengan memfasilitasi promosi produk, menyediakan ruang bagi pelaku usaha kecil dalam kegiatan Desa, serta menjembatani kerja sama dengan pihak luar. Dengan demikian, BUMDes berperan tidak hanya sebagai lembaga ekonomi Desa, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat.

Keberadaan BUMDes Way Kalam menjadi pilar penting dalam penguatan ekonomi Desa. Melalui pengelolaan potensi Desa yang baik, BUMDes diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan Desa, serta mendukung kemandirian Desa Way Kalam dalam jangka panjang.



Gambar 1. 2. Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Way Kalam

1.1.3. Profil UMKM

UMKM Banana Chips Dimas Snack merupakan salah satu usaha mikro yang tumbuh di Desa Way Kalam, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan. Usaha ini bergerak di bidang pengolahan pisang nangka menjadi keripik dengan berbagai varian rasa yang digemari oleh konsumen. Pemilihan pisang nangka sebagai bahan baku utama karena teksturnya yang padat serta cita rasa khas, sehingga menghasilkan keripik dengan kualitas renyah dan bercita rasa tinggi.

UMKM ini dikelola oleh pemilik dengan dibantu lima orang karyawan perempuan. Seluruh tenaga kerja memiliki peran dalam proses produksi, mulai dari pengupasan, pengirisan, penggorengan, pencampuran bumbu menggunakan mesin pengaduk, penimbangan, hingga pengemasan. Dengan adanya pembagian tugas yang jelas, proses produksi menjadi lebih efektif.

1. Dalam kegiatan operasional, Banana Chips Dimas Snack didukung oleh beberapa peralatan produksi, antara lain:
2. Mesin pengaduk varian rasa, untuk memastikan bumbu tercampur merata.

3. Timbangan digital, guna menjaga konsistensi berat setiap kemasan.
4. Alat pengeratan packaging (sealer), untuk merekatkan kemasan sehingga lebih rapat, higienis, dan tahan lama.
5. Kemasan modern yang dipesan dari Bandung, sehingga produk memiliki tampilan yang menarik dan bernilai jual tinggi.

Produk yang dihasilkan memiliki beragam varian rasa seperti coklat, coklat keju, coklat kacang, tiramisu, taro, dan durian. Keragaman varian rasa tersebut menjadikan produk Banana Chips Dimas Snack dapat diterima oleh berbagai segmen konsumen.

Dalam aspek pemasaran, UMKM ini sudah memiliki akun media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta marketplace Shopee. Namun, hingga saat ini akun-akun tersebut belum dikelola secara aktif karena belum tersedia konten, gambar produk, maupun strategi promosi digital yang terencana. Hal ini membuat pemasaran masih lebih banyak dilakukan secara tradisional melalui penjualan langsung di warung-warung, pesanan individu, serta distribusi terbatas di lingkungan sekitar. Dengan potensi pemasaran digital yang belum dimanfaatkan secara optimal, terdapat peluang besar bagi UMKM ini untuk meningkatkan jangkauan pasar ke tingkat regional maupun nasional melalui pengelolaan media sosial yang lebih profesional.

Meskipun sudah memiliki keunggulan dalam produk dan kemasan, UMKM Banana Chips Dimas Snack masih menghadapi kendala pada aspek pencatatan keuangan. Pemilik belum konsisten dalam mencatat arus kas, meskipun telah mengenal aplikasi Buku Kas. Keuangan usaha juga masih bercampur dengan keuangan rumah tangga, sehingga belum ada laporan keuangan yang jelas dan sistematis. Kondisi ini berpotensi

menghambat perkembangan usaha, terutama jika ingin mengakses modal tambahan dari lembaga keuangan formal.

Dengan memanfaatkan potensi bahan baku lokal, dukungan tenaga kerja, fasilitas produksi sederhana, serta perbaikan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, UMKM Banana Chips Dimas Snack memiliki prospek yang sangat baik untuk berkembang menjadi salah satu ikon produk unggulan Desa Way Kalam.



Gambar 1. 3. Produk Kripik Pisang Dimas Snack

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi identitas visual dan *Branding* pada UMKM Dimas Snack saat ini?
2. Apa saja kendala yang dihadapi UMKM Dimas Snack dalam membangun citra produk melalui logo dan kemasan?
3. Bagaimana upaya *Rebranding* logo dapat membantu meningkatkan brand identity UMKM Dimas Snack?
4. Sejauh mana kegiatan PKPM dapat memberikan dampak positif terhadap pengembangan UMKM Dimas Snack agar lebih dikenal dan berpotensi menjadi oleh-oleh khas Lampung?

1.3. Tujuan dan Manfaat PKPM

1.3.1. Tujuan

1. Untuk mengetahui kondisi identitas visual dan strategi *Branding* yang sudah ada pada UMKM Dimas Snack.
2. Untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi UMKM dalam membangun citra produk melalui logo dan kemasan.
3. Untuk merancang dan mengimplementasikan *Rebranding* logo sebagai upaya memperkuat brand identity UMKM Dimas Snack.
4. Untuk membantu meningkatkan daya tarik produk Dimas Snack agar lebih dikenal masyarakat luas.
5. Untuk mendorong potensi produk kripik pisang dan salay pisang menjadi salah satu oleh-oleh khas Lampung.

1.3.2. Bagi UMKM Dimas Snack

1. Mendapat identitas visual baru melalui *Rebranding* logo yang lebih menarik dan profesional.
2. Terbantu dalam memperkuat brand identity serta meningkatkan daya saing produk di pasar.
3. Memiliki peluang lebih besar untuk menjadikan produknya dikenal sebagai oleh-oleh khas Lampung.

1.3.3. Bagi Mahasiswa

1. Menerapkan ilmu dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan dalam situasi nyata.
2. Meningkatkan kemampuan analisis, kreativitas, serta kerja sama tim dalam menyelesaikan permasalahan di masyarakat.
3. Menambah pengalaman praktis dalam bidang desain komunikasi visual dan pengabdian masyarakat.

1.3.4. Bagi IIB Darmajaya

1. Mempromosikan kampus IBI Darmajaya yang terkenal berbasis teknologi informasi dan ekonomi bisnis kepada masyarakat Desa.
2. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IBI Darmajaya kepada masyarakat khususnya Desa Way Kalam.
3. Sebagai acuan dan bahan atau referensi tambahan pengetahuan dibidang Teknologi Informasi bagi civitas akademik di IIB Darmajaya Bandar Lampung.

1.4. Mitra Yang Terlibat

1. UMKM Mitra → Banana Chips Dimas Snack sebagai objek pendampingan.
2. Mahasiswa IIB Darmajaya → sebagai pelaksana kegiatan PKPM, khususnya dalam optimalisasi identitas visual melalui *Rebranding* logo.
3. Pemerintah Desa Way Kalam → sebagai fasilitator dan pendukung kegiatan Mahasiswa selama program PKPM berlangsung.
4. BUMDes Way Kalam → sebagai lembaga Desa yang berperan dalam mendukung pengembangan UMKM lokal dan potensi ekonomi Desa.
5. Masyarakat sekitar → terutama konsumen lokal dan jaringan pemasaran yang berhubungan langsung dengan UMKM.