

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik Kuliah Pengabdian Masyarakat (PKPM) adalah salah satu bentuk implementasi tridharma perguruan tinggi yang mencakup pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. PKPM merupakan program wajib bagi mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya (Darmajaya) yang bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu yang telah mereka pelajari di bangku kuliah untuk membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat, khususnya di bidang teknologi.

Seiring berkembangnya dunia usaha, visual branding menjadi salah satu elemen penting dalam membangun citra dan identitas sebuah produk atau layanan. Logo sebagai wajah utama suatu merek memiliki peranan strategis dalam menyampaikan nilai, filosofi, serta keunikan sebuah usaha kepada konsumen. Namun, masih banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang belum menyadari pentingnya desain visual yang kuat dan konsisten dalam strategi pemasaran mereka. UMKM Kopi Pilah, yang bergerak dalam produksi kopi robusta di Desa Pematang, merupakan salah satu pelaku usaha yang memiliki potensi besar, baik dari segi kualitas produk maupun nilai lokal yang terkandung di dalamnya. Sayangnya, identitas visual UMKM ini, terutama dari segi logo dan elemen branding lainnya, belum sepenuhnya mampu merepresentasikan karakter dan keunggulan produk yang ditawarkan. Logo yang digunakan sebelumnya cenderung sederhana, tidak konsisten dalam penerapannya, dan kurang mampu menarik perhatian pasar yang lebih luas.

Mengingat pentingnya peran desain dalam meningkatkan daya saing dan profesionalitas suatu produk, maka dilakukanlah kegiatan **redesain logo dan branding** untuk UMKM Kopi Pilah. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memperbarui dan memperkuat identitas visual UMKM agar lebih relevan, menarik, dan komunikatif, tanpa meninggalkan nilai-nilai lokal yang menjadi ciri khas produk tersebut. Melalui proses redesain ini, diharapkan UMKM Kopi Pilah dapat

memiliki citra merek yang lebih kuat dan dapat digunakan secara konsisten pada berbagai media promosi, kemasan, hingga media sosial. Hal ini juga sejalan dengan upaya pengabdian kepada masyarakat dalam mendukung kemajuan UMKM lokal melalui pendekatan desain komunikasi visual yang tepat guna.

Di era digital yang serba terhubung saat ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat penting bagi pelaku usaha, terutama untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Salah satu UMKM yang berpotensi besar namun masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran adalah Keripik Kopi Pilah, sebuah usaha pengolahan Kopi yang berbasis di Dsa Pematang .

Kemajuan teknologi dan digitalisasi dapat berperan sebagai akselerator dalam mendorong peningkatan potensi usaha kecil dan menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian dan sangat berperan penting dalam kemakmuran negara di masa depan. Saat ini, Indonesia memiliki sekitar 62 juta UMKM, dengan 98,75% (sekitar 61,5 juta) di antaranya memerlukan dukungan untuk mengembangkan skala bisnis mereka (Tirta & Prasanti, 2021).

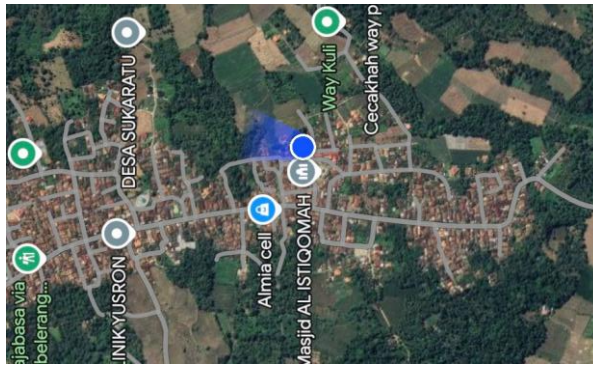
Sejak 2 tahun belakangan ini, usaha Kopi Pilah yang berada di desa Pematang, kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung selatan yang dikelola oleh Bapak Rido memiliki 2 varian pertama Kopi Pilah dan yang campur

Pemasaran secara online masih berada pada tingkat sederhana yaitu melalui “status whatsapp” dengan harga kisaran Rp.30.000 untuk kemasan 250 gram yang biasa dan harga Rp.40.000 untuk Kopi Pilah. Jadi pelanggan dari Kopi Pilah ini masih hanya sekitaran warga lokal saja hingga saat ini.

Dilihat dari kondisi saat ini, maka di perlukan sebuah solusi untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM, sehingga dapat bersaing di pasar modern saat ini, perlu adanya sebuah strategi Redesain dan Branding. perbaikan desain logo, serta peningkatan strategi pemasaran melalui "digital marketing" perlu dilakukan untuk meningkatkan hasil produksi dan memperluas pemasaran Kopi Pilah.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis membuat laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini dengan judul “Redesain Logo dan Branding Kopi Robusta Pada UMKM Kopi Pilah di Desa Pematang Kecamatan Kalianda

1.1.1 Profil dan Potensi Desa



Gambar 1.1 Maps Desa Pematang

Desa Pematang terletak di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung, Wilayah desa ini terdiri dari lahan pemukiman seluas 612 Ha, terdiri dari 6 dusun dan 12 RT dengan jumlah penduduk pada tahun 2023 adalah 2184 Jiwa dan jumlah Kepala Keluarga (KK) adalah 650 KK. Desa pematang termasuk dalam kategori desa mandiri karena infrastruktur terutama akses jalan yang sudah tergolong baik, meningkatnya fasilitas sosial terutama fasilitas Kesehatan dan pendidikan.

Mata pencarian sebagian besar Masyarakat ada petani, pegawai negeri sipil (PNS), dan pedagang. Untuk kategori Pendidikan penduduk di Desa Pematang belum sekolah (276) orang, pernah sekolah SD tapi tidak tamat (88) orang, Tamat SD (120) orang, SLTP (247) orang, SLTA (143) orang.

Potensi perekonomian di Desa sebagian besar adalah lahan perkebunan kopi 10 Ha, lahan perkebunan cengkeh 94Ha, dan lahan perkebunan coklat 72Ha. Potensi Desa Pematang yang dapat dimanfaatkan oleh penduduk setempat adalah tempat wisata way belerang.

Secara orbitasi, Desa Pematang berjarak sekitar 3,1 km dari ibu kota kabupaten Lampung Selatan dan dapat ditempuh dalam waktu 8 menit menggunakan kendaraan roda dua atau roda empat. Jika dari ibu kota provinsi, jaraknya sekitar 68 km dengan waktu tempuh sekitar 1jam 24 menit menggunakan kendaraan yang sama. Desa Pematang berbatasan dengan Desa Kesugihan di Barat, Desa Kecapi di Timur.

Mata pencaharian utama penduduk didominasi oleh sektor pertanian

dan perkebunan, dengan rincian sebagai berikut:

Petani: 293 jiwa

Pedagang: 18 jiwa

Wiraswasta: 0 jiwa

Buruh: 0 jiwa

Pegawai swasta: 0 jiwa

PNS: 52 jiwa

Dari segi pemerintahan desa, Desa Pematang memiliki 6 dusun yang dipimpin oleh 1 orang kepala dusun. Dusun- dusun tersebut adalah:

1. Dusun Pematang 1
2. Dusun Pematang 2
3. Dusun Pematang 3
4. Dusun Pematang 4
5. Dusun Pematang 5
6. Dusun Pematang 6

1.1.2 Profil UMKM

Nama Pemilik Rido Imanullah

Nama Usaha Kopi Pilah

Alamat Usaha Dusun Pematang 6

Jenis Usaha Perseorangan

Jenis Produk Minuman

Skala Usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Tahun Berdiri 2018

Produk Yang

Ditawarkan Kopi Pilah Biji atau Bubuk

UMKM Kopi Pilah merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang pembuatan produksi bubuk kopi yang beralamat di Desa Pematang Kecamatan Kalianda. UMKM Kopi pilah didirikan sejak tahun 2018 dan dikelola oleh Bapak Rido

1.2 Rumusan Masalah

Dari berbagai uraian diatas, dapat ditarik beberapa rumusan masalah yang akan penulis rangkum diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengembangkan Redesain pada UMKM Kopi Pilah di Desa Pematang?
2. Bagaimana meningkatkan Branding umkm mengenai pengetahuan merk untuk produk umkm?

1.3 Tujuan PKPM

1.3.1 Tujuan

Tujuan Khusus Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) sebagai berikut:

1. Membantu UMKM Kopi Pilah untuk mengembangkan Desain yang lama menjadi baru lebih elegan dan mewah.
2. Membantu UMKM Kopi Pilah untuk meningkatkan pemahaman mengenai pengetahuan merk untuk produk umkm

1.4 Manfaat PKPM

1.4.1 Manfaat yang diperoleh bagi IIB Darmajaya adalah :

1. Untuk menjadi tolak ukur bagi mahasiswa PKPM IIB Darmajaya selama melaksanakan kegiatan di desa Pematang.
2. Untuk melahirkan kader-kader yang mampu membawa perubahan bagi masyarakat dimasa akan datang.
3. Memperoleh umpan balik sebagai hasil pengintegrasian mahasiswa dengan proses pembangunan di masyarakat untuk penyesuaian kurikulum, materi perkuliahan dan menemukan berbagai masalah untuk pembangunan penelitian.

1.4.2 Manfaat Bagi Mahasiswa

PKPM bermanfaat bagi mahasiswa dalam pengimplementasi pengetahuan yang diperoleh dari perkuliahan, diantaranya

1. Memotivasi mahasiswa untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya.
2. Menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa dalam

bersosialisasi kepada Masyarakat.

3. Memperdalam cara berfikir dan bekerja secara disiplin.
4. Memberikan keterampilan untuk melaksanakan pembangunan berdasarkan ilmu, wawasan, teknologi dan seni.

1.4.3 Manfaat Bagi Masyarakat

1. Pengembangan Redesain Logo dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar, sehingga memberikan alternatif yang lebih beragam bagi konsumen. Hal ini dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi UMKM di pasar lokal
2. Dengan adanya Branding, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar ke segmen konsumen yang sebelumnya belum terjangkau. Hal ini berpotensi meningkatkan jumlah pelanggan baru dan memperluas pangsa pasar
3. Dengan memiliki identitas merek yang kuat, produk Kopi Pilah dapat lebih mudah dikenali di pasar yang ramai. Konsumen cenderung memilih produk dengan merek yang mereka percayai, sehingga memperkuat loyalitas pelanggan.

1.5 Mitra yang Terlibat

1. Kepala Desa Pematang, Kec. Kalianda, Lampung Selatan.
2. Kepala Dusun Pematang 6 Desa Pematang, Kec. Kalianda, Lampung selatan.
3. Ketua RT 12 Desa Pematang, Kec. Kalianda, Lampung Selatan.
4. Pemilik UMKM Kopi Pilah Desa Pematang, Kec. Kalianda, Lampung Selatan.
5. Aparat Desa Pematang dan UMKM yang ada di Pematang, Yang memberikan izin untuk melaksanakan kegiatan Sosialisasi dan pemaparan materi Redesain dan Branding.
6. Lingkungan masyarakat Desa Pematang, Kec. Kalianda, Lampung Selatan.