

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia, namun masih banyak menghadapi tantangan dalam membangun identitas merek yang kuat melalui media visual. Salah satunya adalah keterbatasan sumber daya dalam menciptakan desain visual yang menarik dan profesional.

Menurut penelitian oleh Furqorina dkk. (2023), media visual branding melalui fotografi produk terbukti meningkatkan daya saing UMKM yang belum mampu melakukan visual branding secara optimal. Sementara itu, kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan Sari dkk. (2023) juga menekankan bahwa komunikasi visual adalah elemen penting dalam pengembangan merek digital UMKM, termasuk desain logo, foto produk, dan video promosi.

Selain itu, dalam era digital dan e-commerce, branding visual sudah menjadi kebutuhan pokok. Wulan Purnama Sari, Zhafirah, dan Felicia Masali (2023) menegaskan bahwa dalam proses digital branding, unsur visual memiliki peran utama dalam menarik minat konsumen. Identitas visual yang konsisten akan memudahkan konsumen mengenali suatu usaha dan meningkatkan loyalitas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Namun, berdasarkan observasi awal, masih banyak UMKM yang hanya mengandalkan desain seadanya atau bahkan tidak memiliki identitas visual sama sekali. Hal ini membuat usaha menjadi kurang kompetitif di tengah persaingan pasar. Oleh karena itu, kehadiran media promosi visual berupa logo dan banner tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai

strategi branding yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

UMKM Sumber Tani sebagai pelaku usaha pertanian perlu memperkuat citra dan identitas visualnya agar mampu menarik lebih banyak pelanggan. Untuk itu, perancangan media promosi visual berupa logo dan banner (spanduk) tidak hanya sebagai alat identifikasi visual, tetapi juga strategi komunikasi efektif untuk memperkuat brand awareness dan membedakan usaha ini dari pesaing.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Kuripan adalah salah satu Desa yang ada di Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan. Desa Kuripan memiliki 5 Dusun dan 18 RT. Desa kuripan secara administrasi berbatasan dengan 4 wilayah yaitu:
Sebelah Utara : Berbatasan dengan Desa Kekiling, Kec. Penengahan, Kab. Lampung Selatan.

Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Desa Sukabaru, Kec. Penengahan, Kab. Lampung Selatan.

Sebelah Timur : Berbatasan dengan Desa Sukamaju, Kec. Penengahan, Kab. Lampung Selatan

Sebelah Barat : Berbatasan dengan Desa Penengahan, Kec. Penengahan, Kab. Lampung Selatan

Dalam Gambar 1.1, kita dapat melihat Peta Lokasi Desa Kuripan



Gambar 1. 1 Peta Lokasi Desa Kuripan

Desa Kuripan mempunyai luas wilayah 736 KM2. Potensi yang dimiliki di Desa Kuripan Kecamatan Penengahan meliputi pertanian,

perkebunan, dan peternakan serta industri rumahan dengan ketinggian rata-rata 48 M tanah dari permukaan laut.

Berdasarkan data AKP (Analisis Kependudukan Partisipatif) pada tahun 2019 jumlah Penduduk Desa Kuripan, Laki-laki = 1.322 Jiwa, Perempuan = 1.274 Jiwa, sehingga total keseluruhan jiwa = 2.596 Jiwa dan memiliki ± 799 KK. Data ini akan selalu berubah setiap tahun karena pendataan yang akan dilaksanakan setiap satu tahun. Berikut dalam Gambar 1.2, kita dapat melihat struktur organisasi pemerintah Desa Kuripan.



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Pemerintah Desa Kuripan.

1.1.2 Profil BUMDes

Desa Kuripan memiliki lima unit usaha yang dikelola melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai motor penggerak perekonomian desa. Kelima unit usaha tersebut dibentuk untuk memanfaatkan potensi lokal, membuka lapangan kerja, dan meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes). Salah satunya adalah:

1. Usaha kolaborasi dengan loket penjualan tiket penyeberangan di rest area

Usaha ini bertujuan mempermudah masyarakat dan pengguna jalan dalam membeli tiket kapal, mengurangi antrean di pelabuhan, serta memberikan sumber pendapatan bagi BUMDes sekaligus lapangan kerja bagi warga desa.

2. Koperasi Konsumtif

Usaha ini menyediakan barang kebutuhan pokok dan rumah tangga bagi anggota maupun masyarakat sekitar dengan harga terjangkau.

3. Empang untuk budidaya ikan air tawar seperti Lele, Nila, dan Gurame.

Usaha ini berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi ikan masyarakat, menyediakan pasokan untuk pasar lokal, serta memberikan pelatihan dan keterampilan budidaya perikanan kepada warga.

4. Penggemukan sapi potong

Usaha ini Untuk memenuhi kebutuhan pasar, termasuk penjualan pada momen tertentu seperti Idul Adha.

5. Budidaya jagung

Usaha ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pakan ternak maupun konsumsi rumah tangga, sekaligus mengoptimalkan lahan tidur dan memberdayakan petani lokal.

1.1.3 Profil UMKM

Sumber Tani adalah UMKM yang bergerak di bidang pertanian, dengan fokus utama pada penjualan pupuk, pestisida dan alat pertanian. Dalam tahap pengembangan awal, Sumber Tani berfokus pada produk yang berkualitas dan murah, meskipun masih menghadapi tantangan dalam promosi dan penjualan pada platform daring. Dengan tekad yang kuat, Sumber Tani berupaya untuk meningkatkan pertumbuhan usahanya di masa mendatang.

Berikut profil UMKM Sumber Tani:

Nama Usaha : Sumber Tani

Nama Pemilik : Pangga

Tahun Berdiri : 2022

Alamat Usaha : RT. 09/ RW. 01 Desa Kuripan, Kec. Penengahan,
Kab. Lampung Selatan

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan

Maka dari itu tujuan dari Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yaitu :

1. Mewujudkan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu bidang pengabdian kepada masyarakat .
2. Menerapkan Ilmu dalam kehidupan nyata masyarakat
3. Menumbuhkan jiwa kepemimpinan dan tanggung jawab sosial.

1.2.2 Manfaat

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) diharapkan dapat memberikan manfaat kepada Balai Desa, Masyarakat, IIB Darmajaya, serta Mitra yang terlibat dan mahasiswa sebagai berikut:

A. Manfaat Bagi Balai Desa

1. Meningkatkan citra desa, dengan adanya UMKM yang memiliki identitas visual dan media promosi yang baik, desa akan lebih dikenal sebagai daerah yang produktif dan kreatif.
2. Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, promosi yang lebih efektif dari UMKM akan membantu meningkatkan penjualan produk, sehingga berdampak pada kesejahteraan masyarakat desa.
3. Menjadi contoh pemberdayaan masyarakat, balai desa dapat menunjukkan peran aktifnya dalam mendukung UMKM dan menjadi fasilitator antara perguruan tinggi, mahasiswa, dan pelaku usaha.

B. Manfaat Bagi IIB DARMAJAYA

1. Memperkuat peran kampus dalam pengabdian kepada masyarakat, khususnya dalam pemberdayaan UMKM.
2. Menjadi bukti nyata penerapan ilmu desain komunikasi visual dalam membantu perkembangan usaha kecil.
3. Meningkatkan citra kampus sebagai institusi yang peduli terhadap pengembangan ekonomi kreatif lokal.

C. Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Mendapatkan pengalaman langsung dalam perancangan media promosi visual sesuai kebutuhan klien.
2. Meningkatkan keterampilan teknis dan kreativitas dalam desain logo serta media promosi.
3. Memahami alur kerja profesional mulai dari riset, perancangan, hingga implementasi desain.
4. Menjadi portofolio nyata yang dapat digunakan sebagai bekal di dunia kerja.

D. Manfaat Bagi UMKM

1. Memiliki identitas visual (logo) yang lebih profesional dan mudah dikenali oleh konsumen.
2. Mendapatkan media promosi (banner/spanduk) yang efektif untuk memperluas jangkauan pemasaran.
3. Membantu meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk.
4. Memberikan nilai tambah pada usaha sehingga lebih kompetitif di tengah persaingan pasar.

1.3 Mitra Yang Terlibat

Mitra yang terlibat dalam kegiatan PKPM ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kepala Desa dan Perangkat Desa Kuripan Kec. Penengahan, Kab. Lampung Selatan.
- 2) Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada pada Desa Kuripan.
- 3) Masyarakat Desa Kuripan, Kec. Penengahan, Kab. Lampung Selatan.