

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hal ini didasarkan kepada bukti di lapangan, bahwa UMKM telah sangat banyak dalam berkontribusi dalam pergerakan perekonomian nasional. Dalam pelaksanaannya (Nasution, 2019), kegiatan pengembangan Usaha Menengah, Kecil dan Mikro (UMKM) menjadi isu yang sangat strategis, karena potensinya yang sangat besar untuk dikembangkan dan perlu mendapatkan topangan atau tiang penyangga dalam bentuk pendampingan dan pembimbingan, hal tersebut untuk menggerakkan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum, serta sekaligus menjadi tumpuan atau sumber utama penghasilan sebagian besar masyarakat di Indonesia dalam meningkatkan kesejahteraannya. Terutama di wilayah-wilayah yang sedang berkembang seperti Lampung Selatan. Salah satu UMKM yang sedang berkembang di daerah ini adalah *Dapoer Akmal*, sebuah usaha kuliner rumahan yang berlokasi di Kota Guring. *Dapoer Akmal* dikenal oleh masyarakat sekitar sebagai produsen makanan rumahan khas dengan cita rasa yang lezat dan harga terjangkau.

Meskipun memiliki produk yang berkualitas dan pelanggan tetap, *Dapoer Akmal* menghadapi tantangan dalam hal identitas visual brand. Logo yang digunakan belum memiliki standar yang jelas dan sering mengalami perubahan dari segi bentuk, warna, maupun penempatan pada media promosi. Ketidakkonsistenan ini menyebabkan kurangnya kesan profesional pada brand serta menurunkan tingkat pengenalan visual oleh konsumen. Dalam era digital dan persaingan pasar yang semakin kompetitif, konsistensi visual dalam branding menjadi aspek yang sangat penting untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Oleh karena itu, dibutuhkan suatu upaya untuk membenahi identitas visual *Dapoer Akmal* melalui perancangan logo yang representatif dan pembuatan **Graphic Standard Manual (GSM)** yang akan menjadi pedoman dalam penggunaan elemen-elemen visual brand secara konsisten. Dengan adanya GSM, seluruh aplikasi logo pada kemasan, media sosial, banner, dan materi promosi

lainnya akan memiliki keseragaman, sehingga brand *Dapoer Akmal* akan tampil lebih profesional, mudah dikenali, dan memiliki nilai tambah di mata konsumen.

Melalui kegiatan **Praktik Kerja Profesi Mahasiswa (PKPM)** ini, diharapkan *Dapoer Akmal* dapat memperoleh solusi strategis dalam pengembangan branding yang lebih kuat dan berkelanjutan.

1.2 Profil Desa

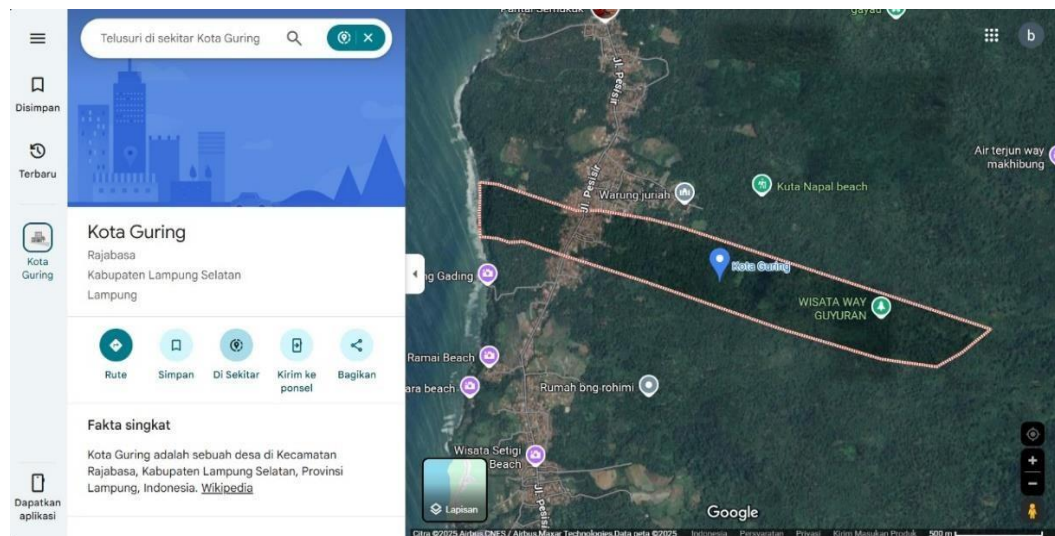
Desa Kota Guring merupakan salah satu dari 15 desa yang terletak di wilayah administratif Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Desa Kota Guring terdiri dari 2 Dusun dan 4 RT. Letaknya yang berada di kaki Gunung Rajabasa menjadikan desa ini memiliki kontur tanah yang relatif subur, dengan potensi alam yang besar, terutama pada sektor pertanian dan perkebunan. Desa ini memiliki luas wilayah sebesar 234,00 hektare dengan pemanfaatan lahan yang didominasi oleh sektor perkebunan seluas 215,19 hektare, persawahan seluas 6 hektare. Batas-batas administratif Pemerintahan Desa Kota Guring, Kecamatan Rajabasa sebagai berikut:

- 1) Sebelah Utara : Desa Jondong Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan
- 2) Sebelah Selatan : Desa Tanjung Gading Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan
- 3) Sebelah Timur : Gunung Rajabasa
- 4) Sebelah Barat : Laut Selat Sunda

Berdasarkan data kependudukan, jumlah penduduk Desa Kota Guring mencapai 677 jiwa yang terdiri dari 354 laki-laki dan 323 perempuan, dan tersebar dalam beberapa dusun. Mayoritas penduduk desa ini bermata pencaharian sebagai petani, buruh tani, dan pekebun. Komoditas utama yang banyak dikembangkan adalah kelapa, pisang, dan palawija, di mana hasil utamanya dimanfaatkan baik untuk konsumsi lokal maupun produksi olahan. Desa ini memiliki beberapa fasilitas umum seperti balai desa, sekolah dasar, posyandu, dan masjid. Infrastruktur dasar

seperti jalan poros desa sebagian besar sudah beraspal dan dapat dilalui kendaraan roda dua maupun roda empat. Akses listrik melalui PLN dan sinyal telekomunikasi juga sudah mencakup sebagian besar wilayah desa, meskipun ada titik-titik yang masih memiliki keterbatasan sinyal.

Gambar 1.1. 1 Lokasi Desa Kota Guring
(Sumber : <https://maps.app.goo.gl/EKhAPmb5QQXDjkiQ7>)



1.2.1 Struktur Organisasi

Tabel 1.1. 1 Struktur Organisasi



1.2.2 Profil UMKM

Tabel 1.1. 2 Profil UMKM

Nama Pemilik	Herlin Meliza
Nama Usaha	Dapoer Akmal
Alamat Usaha	Jl. Pesisir Desa Kota Guring Kec. Rajabasa Kab. Lampung Selatan
Jenis Produk	Makanan Khas Lampung
Skala Usaha	Rumahan
Tahun Berdiri	2021
Produk Yang Ditawarkan	Lapis Legit
Jumlah Tenaga Kerja	1
No.Telepon/Hp	081379732154

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam kegiatan Praktik Kerja Profesi Mahasiswa (PKPM) ini adalah sebagai berikut:

- Bagaimana cara merancang logo yang mampu merepresentasikan identitas dan karakter UMKM Dapoer Akmal secara konsisten dan profesional?
- Bagaimana menyusun Graphic Standard Manual (GSM) sebagai pedoman baku untuk menjaga konsistensi penggunaan elemen visual dalam seluruh media promosi UMKM Dapoer Akmal?
- Bagaimana penerapan hasil rebranding (logo dan GSM) dapat meningkatkan citra, daya tarik, dan kepercayaan konsumen terhadap UMKM Dapoer Akmal?

Before (Sebelum Rebranding) :

- Logo yang digunakan masih sederhana, belum memiliki filosofi visual yang kuat.
- Ketidakkonsistenan dalam penerapan warna, tipografi, dan tata letak logo pada media promosi.

- c) Belum adanya pedoman visual (GSM) sehingga desain promosi terlihat berbeda-beda dan tidak seragam.
- d) Identitas visual usaha terkesan kurang profesional sehingga berpengaruh pada citra brand di mata konsumen.

After (Sesudah Rebranding) :

- a) Logo baru dirancang dengan memperhatikan filosofi usaha, karakter kuliner, serta nilai kekeluargaan dan kehangatan.
- b) Penggunaan warna, tipografi, dan elemen visual distandardisasi melalui Graphic Standard Manual.
- c) Identitas visual tampil lebih konsisten dan profesional pada seluruh media promosi (kemasan, banner, stiker, media sosial).

UMKM Dapoer Akmal memiliki citra brand yang lebih kuat, mudah dikenali, dan dipercaya oleh konsumen.

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Kegiatan Praktik Kerja Profesi Mahasiswa (PKPM) ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a) Merancang logo baru yang mampu merepresentasikan identitas dan karakter UMKM *Dapoer Akmal* secara visual dan profesional.
- b) Menyusun *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai pedoman baku dalam penggunaan logo dan elemen visual lainnya secara konsisten.
- c) Meningkatkan kesadaran pentingnya konsistensi branding bagi pelaku UMKM dalam membangun citra usaha yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen.

1.3.2 Manfaat

Adapun manfaat dari kegiatan ini antara lain:

Bagi UMKM Dapoer Akmal:

- a) Memiliki logo yang representatif dan profesional sebagai identitas visual usaha.
- b) Memperoleh panduan visual (GSM) yang dapat digunakan dalam seluruh aktivitas promosi dan komunikasi merek.
- c) Meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk melalui tampilan brand yang lebih konsisten dan meyakinkan.

Bagi Mahasiswa:

- a) Menambah pengalaman praktis dalam merancang identitas visual dan branding untuk klien nyata.
- b) Meningkatkan kemampuan dalam menerapkan ilmu desain komunikasi visual dalam konteks dunia kerja profesional.
- c) Membangun portofolio yang relevan dan aplikatif dalam bidang desain dan branding.

1.4 Mitra yang Terlibat

Dalam pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Mahasiswa (PKPM) ini, mitra utama yang terlibat adalah:

Nama Mitra: UMKM Dapoer Akmal

Bidang Usaha: Kuliner / Makanan Rumahan

Alamat: Kota Guring, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan,
Provinsi Lampung

Pemilik Usaha: Herlin Meliza

Bentuk Kerja Sama:

- a) Penyediaan data dan informasi terkait usaha, seperti sejarah usaha, produk yang ditawarkan, target pasar, serta kebutuhan desain.
- b) Koordinasi dan diskusi dalam proses perancangan logo dan penyusunan *Graphic Standard Manual*.
- c) Uji coba penerapan logo dan panduan visual pada media promosi yang dimiliki mitra (seperti kemasan, media sosial, dan banner).

Kerja sama ini berlangsung secara aktif selama masa pelaksanaan PKPM dan melibatkan komunikasi dua arah antara mahasiswa dan pihak mitra untuk memastikan bahwa hasil desain sesuai dengan visi dan kebutuhan usaha.