

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha merupakan kegiatan yang mengerahkan tenaga, badan, dan pikiran untuk mencapai apa yang telah direncanakan sesuai dengan harapannya, pada masa yang sudah modern ini mencari pekerjaan merupakan suatu hal yang sangat sulit, dibutuhkan segala kemampuan, pengalaman, dan identitas yang bisa mendukung dalam usaha untuk mendapatkan sebuah pekerjaan yang mumpuni atau berpenghasilan tinggi (Muhtadi, 2021).

Perkembangan industri di Indonesia yang meningkat setiap tahunnya memberikan dampak perubahan yang signifikan bagi pelaku umkm. Para pelaku umkm harus memiliki ciri khas yang berbeda dengan usaha lainnya. Usaha mikro berperan penting dalam membangun perekonomian Indonesia khususnya masyarakat kelas bawah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari terlebih dimasa yang akan datang. Di dalam hal ini usaha mikro berperan sangat besar terhadap kegiatan ekonomi masyarakat (Muhtadi, 2021).

Perkembangan usaha saat ini terus mengalami berbagai perubahan yang signifikan sebagai salah satu respon terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis, teknologi dan faktor-faktor lainnya. Inovasi dalam perancangan pengembangan produk menjadi salah satu kunci utama dalam menjalankan umkm. Dalam era digital yang terus berkembang, inovasi ini sering kali melibatkan penggunaan dua elemen penting, yaitu branding logo yang kuat dan strategi digital marketing yang terarah (Vilantika et al., 2024)

Usaha mikro merupakan suatu kegiatan ekonomi masyarakat yang berskala kecil dan bersifat tradisional dalam bentuk pembuatannya. Sedangkan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) secara istilah merujuk pada usaha kecil yang dilakukan oleh masyarakat yang bukan merupakan koperasi. Sedangkan secara umum UMKM di artikan sebagai usaha yang dikelola oleh perorangan yang produktif atau badan usaha yang merujuk pada usaha ekonomi yang produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan oleh undang-undang nomer 20 tahun 2018 (Muhtadi, 2021). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor

peting dalam perekonomian. UMKM dikenal sebagai pelaku usaha yang mempunyai peran dalam menciptakan lapangan kerja, memperkuat daya saing, dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. UMKM biasanya memulai usahanya dengan modal yang terbatas dan memiliki sumber daya manusia yang terbatas. Oleh karena itu, UMKM sering mengalami kendala dalam mengembangkan bisnisnya dan memasuki pasar yang lebih luas, Namun, UMKM memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dan inovasi, sehingga dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dengan sangat cepat. (Firdausya et al., 2023).

Identitas visual atau biasa disebut identitas merek adalah sesuatu yang berwujud dan bisa dirasakan oleh indera kita untuk menampilkan citra perusahaan yang ingin diinginkan kepada konsumen dan juga sebagai alat dan strategi bisnis untuk meningkatkan kesadaran merek kepada target konsumen. Identitas visual adalah wajah pertama yang dikenali oleh masyarakat ketika muncul pada media promosi. Tujuannya supaya identitas visual tersebut dapat mengkomunikasikan makna, memberikan nilai tambah dan relevan dengan target pasar yang telah ditentukan (Adhitya et al., 2023)

Di kutip dari jurnal (Batubara et al., 2023) identitas visual memainkan peran penting dalam membangun citra dan mengkomunikasikan nilai suatu UMKM. Logo menjadi salah satu elemen kunci dalam identitas visual tersebut. Peran branding, logo dan perancangan identitas visual sangat penting bagi UMKM.(Afira, R., & Marta, W,2021). Logo dapat diartikan juga dalam identitas perusahaan, Pelaku UMKM yang usahanya sudah memiliki logo selangkah lebih maju untuk menarik pelanggan. Identitas visual berbentuk logo menjadi pendukung dalam media promosi, agar menjadi selaras dengan identitas visual lainnya maka dibuatlah juga kemasan produk yang memiliki logo serta informasi seperti menu, alamat, dll. yang berfungsi agar menarik lebih banyak pelanggan serta pelanggan lebih mudah mengingat produk yang di beli. Kegiatan promosi merupakan suatu kegiatan yang intensif dalam waktu yang relatif singkat. Dalam kegiatan promosi itu diadakan usaha untuk memperbesar daya tarik produk terhadap konsumen (Walandouw et al., 2022). Identitas visual perlu menjadi pertimbangan untuk dibuat supaya *brand* menjadi dikenal dan terus berkembang dimasyarakat. Selain itu, dengan adanya identitas visual yang baik maka

memudahkan konsumen dalam membedakan sebuah *brand* (Yoselinus et al., 2022).

Menurut (Ine Suryani, 2021) promosi merupakan cara perusahaan dalam memperkenalkan produk atau perusahaannya dengan memperlihatkan kelebihan baik dari segi kualitas dan penentuan harga yang dilakukan untuk membujuk konsumen agar membeli produk. Keputusan konsumen dalam membeli dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, promosi maupun pelayanan perusahaan. Kebijakan harga yang telah ditetapkan perusahaan akan menimbulkan permintaan pada produk, begitupun pelayanan dengan sikap ramah tamah akan menjadi daya tarik bagi konsumen dalam memberikan keputusan untuk membeli produk.

Promosi menjadi salah satu bauran pemasaran bagaimana komunikasi produk tersampaikan dengan baik sehingga banyak pihak yang nantinya tertarik dengan produk yang ditawarkan (Nurhayaty et al., 2022). Media sosial instagram, facebook, dan tiktok dimanfaatkan oleh pengusaha untuk mempromosikan usahanya, *Merchandise* seperti kaos, topi, jam, gelas, dll juga sering digunakan sebagai media promosi berjalan yang dapat dilihat oleh banyak orang. Teknik promosi adalah teknik yang digunakan untuk mengenalkan dan menawarkan produk atau perusahaan kepadacalon konsumen untuk membeli ataupun menggunakan produk yang ditawarkan (Yoselinus et al., 2022).

. Usaha kecil mikro menengah UMKM Kedai Keluarga PJTB merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman, berlokasi di Jl. Raya gunung batu-simpang kanan, sumberejo, tanggamus. Kedai keluarga PJTB menjual makanan berupa ayam geprek, pecel ayam/lele, dll. sedangkan untuk minumannya menjual berbagai macam kopi, es teler, serta es buah dengan berbagai macam buah yang segar. Usaha ini menjual makanan siap saji ataupun *catering* seperti nasi kotak, aneka kue, serta tumpeng. UMKM Kedai Keluarga PJTB ini memiliki beberapa kompetitor di sekitarnya yang menjual produk yang sama, seperti es teler dan *chicken* dan sudah memiliki identitas sebagai bentuk ciri khas usahanya.

Kedai Keluarga PJTB berdiri sejak bulan oktober tahun 2024. Usaha ini didirikan oleh dua orang yang termasuk dalam keluarga. Untuk makanan dikelola oleh ibu Tri Yuliantini dan untuk minuman dikelola oleh ibu Tria Meikartika. Pada

awalnya usaha ini didirikan oleh masing-masing dan berada di tempat yang berbeda dengan nama yang berbeda. Sebelumnya ibu Tri Yuliatini bekerja membuka usaha catering yang bernama tata catering kotabumi yang mendirikan usahanya dari tahun 2015 dan bertempat di kotabumi, lampung utara, dan untuk ibu Tria Meikartika sebelumnya mendirikan usaha catering juga yang bernama kartika kitchen yang bertempat di Jl. Raya Gunung Batu pekan simpang kanan, sumberejo, tanggamus. Kemudian dibuatlah ide untuk menjadikan bisnis tersebut menjadi satu yang dapat dikatakan juga sebagai bisnis keluarga.

Nama kedai keluarga PJTB diambil dari kata “KEDAI” menurut kamus besar bahasa Indonesia memiliki arti tempat berjualan atau tempat usaha yang menyediakan tempat berkumpul. Kata “KELUARGA” yang diartikan sebagai orang-orang yang memiliki hubungan darah atau hubungan kerabat, dikarenakan ibu Tri Yuli merupakan kakak ipar dari ibu Tria Meikartika. Serta kata “PJTB” diambil dari kata “Penjol trans bersaudara” yang merupakan usaha ekspedisi angkutan barang yang di kelola oleh suami dari ibu Tria Meikartika atau dapat di artikan sebagai adik kandung dari ibu Tri Yuliantini. Dengan adanya nama PJTB diharapkan sedikit pelanggan yang datang dari pada supir ekspedisi angkutan barang yang ingin beristirahat.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengangkat penelitian ini dengan judul “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM KEDAI KELUARGA PJTB” perancangan identitas visual umkm kedai keluarga pjtb ini bertujuan untuk menarik lebih banyak pelanggan, dengan melalui proses perancangan identitas visual UMKM Kedai Keluarga PJTB diharapkan untuk usaha UMKM ini diingat oleh pelanggan dan mampu meningkatkan penjualan.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang permasalahan dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu;

1. UMKM Kedai Keluarga PJTB belum terlalu dikenal masyarakat sehingga sampai saat ini masih tidak memiliki identitas visual

2. UMKM Kedai Keluarga PJTB tidak memiliki media promosi sebagai bentuk penyajian informasi

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang diidentifikasi di atas, rumusan masalah peneliti adalah sebagai berikut;

1. Bagaimana merancang logo yang sesuai dan menarik agar menjadi media promosi UMKM Kedai Keluarga PJTB
2. Bagaimana cara mempromosikan UMKM supaya lebih dikenal masyarakat luas.

1.4. Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijabarkan diatas, maka tujuan dari perancangan logo dan kemasan ini antara lain;

1. Menciptakan identitas visual berupa logo sebagai bentuk identitas umkm yang mempengaruhi pelanggan supaya tertarik dengan produk Kedai Keluarga PJTB
2. Merancang media promosi yang berguna sebagai wadah untuk menyebarkan informasi UMKM Kedai Keluarga PJTB

1.5. Batasan Lingkup Perancangan

Berdasarkan pada rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, maka bisa disimpulkan batasan masalah yang digunakan untuk membatasi pembahasan masalah agar tidak semakin luas sebagai berikut;

1. Merancang identitas visual berupa logo UMKM Kedai Keluarga PJTB
2. Melakukan perancangan media promosi UMKM Kedai Keluarga PJTB

1.6. Manfaat Perancangan

1.6.1. Bagi Mahasiswa

Dapat meningkatkan dan melatih kemampuan serta kreativitas dalam merancang identitas visual berbentuk logo yang berguna sebagai media promosi sehingga dapat memberikan kontribusi kepada pihak usaha yang dibantu.

1.6.2. Bagi Institusi

Dapat meningkatkan reputasi yang baik di dunia akademik dan dalam bidang identitas visual berupa logo serta media promosi sehingga dapat menjadi contoh yang baik untuk peneliti berikutnya.

1.6.3. Bagi Lembaga

Dengan adanya perancangan logo sebagai media promosi ini , maka **UMKM KEDAI KELUARGA PJTB** sekarang memiliki logo serta media promosi sehingga dapat diharapkan dapat menarik lebih banak para pelanggan dan memberikan kepercayaan kepada pelanggan atas uasaha yang professional.