BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM di Indonesia merupakan salah satu soko guru perekonomian Indonesia Pertumbuhan ekonomi nasional sangat ditentukan oleh perekonomian daerah, pada umumnya perekonomian daerah bertumpu pada aktivitas ekonomi skala kecil dan menengah. Unit-unit usaha yang termasuk di dalam kategori skala kecil dan menengah adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor UMKM ini memiliki peranan yang sangat penting terhadap stabilitas pembangunan ekonomi, dapat disebut juga sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Selain itu peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah juga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan adanya penyerapan tenaga kerja untuk dapat menghidupi keluarga masyarakat kecil dan tentunya mengurangi jumlah pengangguran di masyarakat. Pengembangan terhadap sektor swasta yang telah dilakukan merupakan suatu hal yang tidak perlu diragukan lagi.

Di Indonesia, UMKM sendiri memegang peranan yang penting dalam pengembangan suatu usaha.UMKM adalah cikal bakal dari pertumbuhan usaha besar. Hampir seluruh usaha besar awal mulanya dari UMKM. Maka, Usaha kecil menengah (UMKM) perlu untuk bergerak aktif dan terus ditingkatkan *(up grade)* agar dapat bergerak maju dan bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar. Apabila tidak dilakukan demikian, UMKM yang merupakan jantung perekonomian Indonesia ini tidak akan dapat berkembang dan maju. Salah satu untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM adalah dengan meningkatkan daya tarik dalam produk tersebut. Salah satu daya tarik dari suatu produk adalah dilihat dari segi cara

pengemasan *(packing)*. Kemasan pada suatu produk mencitrakan dirinya sendiri dipasaran dan berusaha menawarkan dirinya sendiri di tengah-tengah himpitan produk lain. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan model kemasan baru yang berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama.Jika melihat hal tersebut dapatlah kita menyebutkan sebagai upaya komunikasi atas produk diperlukan suatu ciri khas pada produk sebagai identitas, dengan sederhana kita membutuhkan suatu rancangan atas kemasan produk atau membutuhkan desain kemasan pada produk. Ini bertujuan selain untuk penggunaan jangka pendek yakni mengemas produk itu sendiri juga sebagai tujuan jangka panjang yakni branding.

Label Produk *(branding)* merupakan cara membuat persepsi positif tentang produk maupun layanan yang diberikan oleh perusahaan melalui nama, simbol, atau desain, sehingga konsumen bisa mengenali dan membedakan bisnis kita dengan pesaing. Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya.[17] Menurut Tjiptono label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label biasa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk. Sedangkan Kotler menyatakan bahwa label adalah tampilan sederhana pada produk atau

gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi.

Mayoritas pelaku UMKM di Desa Suban, Kecamatan Merbau Mataram, Kabupaten Lampung selatan hanya mementingkan kualitas dan rasa produk saja. Tetapi ada hal lain yang harus di perhatikan oleh UMKM, yaitu identitas produk (label). Perlu adanya branding, pengemasan, dan desain dari produk itu sendiri. Dengan adanya itu semua pelaku usaha bisa meraih konsumen yang lebih banyak selain produk dikenal di kalangan masyarakat secara luas juga sebagai meningkatkan daya tarik masyarakat untuk membeli produk tersebut.

UMKM di Desa Suban Kecamatan Merbau Mataram salah satunya adalah UMKM yang bernama Keripik Pisang Lestari pemiliknya yang bernama ibu Siti Lestari dan bapak Dede Damansuri, Dalam UMKM tersebut terdapat permasalahan belum adanya identitas produk pada UMKM tersebut berupa stiker label pada kemasan untuk menjadi daya tarik bagi konsumen, dan kesadaran pemilik UMKM dalam meningkatkan kualitas kemasan maka usaha UMKM tersebut lebih menarik peminat masyarakat di bandingkan sebelumnya.

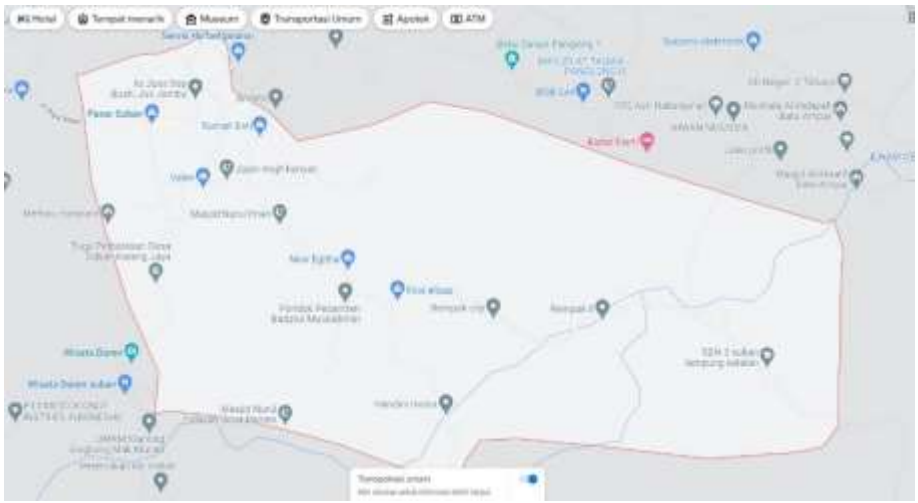
Sesuai dengan informasi yang didapatkan bahwa rata-rata semua UMKM di Desa Suban,Kecamatan Merbau Mataram, Kabupaten Lampung selatan ini memiliki permasalahan yang sama yaitu, pemasaran produk, merk, desain, dan pengemasan produk UMKM.

Sehingga berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan pentingnya meningkatkan kualitas produk salah satunya berupa desain stiker label kemasan yaitu sebagai bentuk strategi pemasaran agar terlihat menarik di mata pelanggan sekaligus menjadi program daya tarik atau

identitas kemasan produk makanan yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing di pasaran dan menarik daya beli konsumen. Pentingnya label merek dalam peningkatan kualitas produk dalam hal ini dapat memberikan branding produk dan dapat menciptakan citra merek produk. Citra merek dalam jangka panjang dapat meningkatkan *benchmarking* produk dengan produk sejenis, sehingga produk dapat terus meningkatkan kualitasnya dan berinovasi untuk lebih baik lagi.

1.1.1 Profil Desa dan Potensi Desa

1. Profil Desa



Gambar 1. Peta Desa Suban

Desa Suban awalnya merupakan sebuah hutan belantara yang belum terjamah oleh penduduk. Menurut cerita turun menurun penduduk Desa Suban berasal dari Pulau Jawa dan didatangi oleh suku dari Jawa Barat, sebagian lagi penduduk Desa Suban berasal dari Palembang Sumatera Selatan. Kepastian siapa yang awalnya membuka lahan di Desa Suban masih simpang siur, yang pasti desa ini sudah dihuni sejak tahun 1946 pasca Republik Indonesia Merdeka baru kemudian menyusul suku Padang sudah mulai masuk ke Desa Suban.

Menurut cerita versi penduduk Sunda *(Banten)*, suku Sunda perpindahan dari Provinsi Jawa Barat yang pertama adalah Bapak Usuf yang lahir pada tahun 1910 dan wafat pada tahun 1981 pada usia 71 tahun. Berdasarkan cerita tutur atau lisan bahwa tercatat penduduk yang pertama lahir pada waktu itu adalah Ibu Sofiyah pada tahun 1947. Penduduk Dsa Suban 4.973 Jiwa. Sebagian besar penduduk Desa Suban bermata pencaharian sebagai petani dan pedagang serta menajdi buruh atau karyawan.

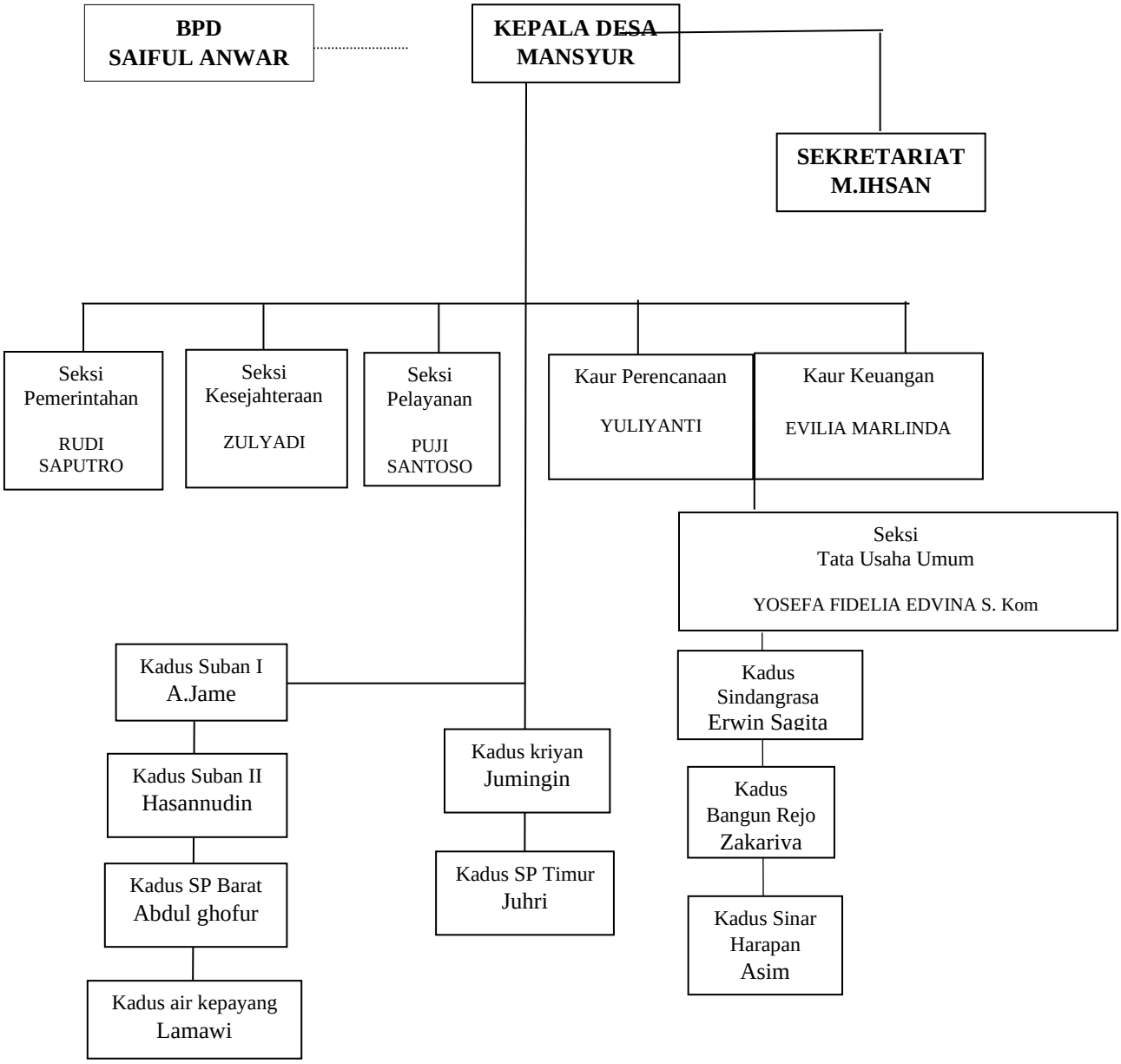
Dalam perkembangannya Desa Suban pada waktu itu dipimpin oleh Bapak Abdullah yang di perkirakan memerintah Desa Suban sampai dengan tahun 1974, kemudian Kepala Desa selanjutnya adalah Bapak M.Sarbakhi.

Desa Suban terdiri atas Sembilan (9) Dusun. Berikut daftar nama Dusun dan jumlah RT- nya.

Tabel 1. Daftar nama dusun, nama RW, dan Jumlah RT di Desa Suban

Nama Dusun	**Jumlah RT**
Suban 1	4
Suban 2	3
Kriyan	5
SP. Barat	1
SP.Timur	2
Air Kepayang	2
Bangun Rejo	3
Sindang Rasa	2
Sinar Harapan	1
Jumlah	**23**

STRUKTUR ORGANISASI PEMERINTAHAN DESA SUBAN



Gambar 2. *Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Suban*

2. Potensi Desa

Tabel 2. Potensi Desa

No	Lembaga	Potensi
1	PEMDES dan BPD	a. Perangkat Lengkap b. Sarana Tersedia c. Ada usaha yang bisa dikembangkan
2	LKMD	a. Pengurus Lengkap b. Tenaga pengurus potensial
3	KELOMPOK TANI	a. Lembaga ada b. Pengguna Lengkap
4	SIMPAN PINJAM	a. Modal usaha ada b. Pengurus lengkap
5	KARANG TARUNA	a. Pengurus lengkap b. Tenaga pengurus potensial
6	PKK	a. Pengurus lengkap b. Tenaga pengurus potensial c. Sarana Tersedia
7	SEKOLAH/TEMPAT PENDIDIKAN FORMAL dan NON FORMAL	a. Tenaga Pengajar b. Murid c. Lahan pendidikan d. Program Kerja

1.1.2 Profil BUMDES

Di Desa Suban tidak terdapat BUMDES.

1.1.3 Profil UMKM

Nama Pemilik : Ibu Siti Lestari dan Bapak Dede Damansuri

Nama Usaha : Keripik Pisang

Alamat Usaha : Desa Suban, Kecamatan Merbau Mataram, Kabupaten Lampung Selatan

Jenis Usaha : Mandiri

Jenis Produk : Olahan keripik

Skala Usaha : Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Tahun Berdiri : 2011

Produk yang ditawarkan : Keripik Pisang dan Peyek Kacang

Jumlah Tenaga Kerja : 2

No. Telephone/HP : 08584032036 / 081381153341

Gambar 3. *Peta UMKM Keripik Pisang Lestari*

1.2 Rumusan Masalah

Pada UMKM Keripik Pisang Lestari ini, memiliki kekurangan dari segi kemasaannya yang digunakan masih kurang menarik calon pembeli serta belum adanya label indentitas kemasan yang menjadi ciri khas serta daya saing produk.

a. Bagaimana cara meningkatkan kualitas kemasan melalui tampilan kemasan dengan desain grafis?
b. Bagaimana cara berinovasi dalam memperbaharui kemasan produk agar terlihat lebih menarik?
c. Bagaimana cara meningkatkan identitas produk pada UMKM Keripik Pisang Lestari?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Kegiatan

a. Memberikan Ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi dan teknologi dalam upaya meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital pada UMKM Kripik Pisang Lestari
b. Membantu pihak UMKM dalam membuat kemasan dan desain Stiker Label agar produk terlihat menarik
c. Membantu meningkatkan daya tarik kemasan dengan berinovasi pada kemasan produk

1.3.2 Manfaat

a. Manfaat Bagi IIB Darmajaya

1. IIB Darmajaya dapat menjadikan PKPM ini sebagai bahan evaluasi hasil pendidikan yang selama ini telah diselenggarakan.
2. Sebagai bentuk pengabdian mahasiswa IIB Darmajaya terhadap masyarakat di Desa Suban yang dapat terlihat sdan dirasakan oleh masyarakat.
3. PKPM ini dapat menjadi media promosi dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap IIB Darmajaya.

b. Manfaat Bagi Mahasiswa

Berikut adalah beberapa manfaat pelaksanaan PKPM bagi mahasiswa, antara lain sebagai berikut :

1. Mahasiswa mendapatkan pelajaran dan pengalaman tentang kemandirian, kedisiplinan, kerjasama, tanggungjawab dan kepemimpinan.
2. Menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa dalam bersosialisasi di lingkungan masyarakat.
3. Melatih pola pikir mahasiswa dalam pemecahan masalah terhadap situasi yang sedang dihadapi.
4. Kegiatan ini juga memotivasi untuk dapat mengembangkan potensi yang dimilikinya.

c. Manfaat Bagi Masyarakat

Selain bermanfaat bagi institusi dan mahasiswa IIB Darmajaya, pelaksanaan PKPM ini juga memberikan beberapa manfaat bagi warga Desa Suban. Manfaat tersebut antara lain :

1. Pelaksanaan PKPM ini memberi inspirasi bagi masyarakat dalam upaya pemanfaatan potensi yang ada di Desa Suban.
2. Inovasi yang dilakukan pada PKPM ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.
3. Masyarakat dapat mengenal dan mengembangkan pengetahuannya tentang Ilmu Ekonomi dan Teknologi Informasi.

1.4 Mitra Yang Terlibat

Mitra yang terlibat dalam pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini adalah sebagai berikut :

a. Kepala Desa Suban, Kecamatan Merbau Mataram, Kabupaten Lampung Selatan.
b. UMKM olahan Keripik Pisang Ibu Siti Lestari dan Bapak Dede Damansuri.
c. Siswa-siswa SDN 01 Suban.
d. Warga sekitar Desa Suban, Kecamatan Merbau Mataram, Kabupaten Desa Suban.