

# **BAB I**

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **1.1 Pendahuluan**

UMKM merupakan salah satu komponen terpenting pada perekonomian Indonesia. Menurut angka dari Kementerian Koordinator bidang Perekonomian RI, kontribusi UMKM terhadap PDB (produk domestik bruto) mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional (PERS Kementerian Koordinator bidang Perekonomian RI, 2022). Konsep Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi jumlah lapangan kerja yang dihasilkan maupun jumlah perusahaan. UMKM memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga dapat menjadi penopang bagi stabilitas sistem keuangan dan perekonomian. UMKM juga dipercaya dapat unggul dalam kemudahan mengimplementasikan teknologi baru dan inovasi dalam bisnis (Bank Indonesia, 2020).

Selain dapat mengatasi permasalahan pengangguran dan tingginya angka kemiskinan, Konsep UMKM akhirnya memotivasi banyak orang untuk ikut berwirausaha. Seperti halnya UMKM pada sektor kuliner yang berkembang sangat pesat karena memiliki potensi pasar yang besar. Di dasari oleh makanan sebagai kebutuhan primer manusia, maka bidang industri kuliner ini akan terus berkembang dan menawarkan potensi keuntungan yang besar. Dampaknya, keberadaan UMKM di Indonesia menjadi semakin menjamur dan menciptakan lingkungan serta masyarakat yang kompetitif.

Keberadaan kompetitor baru memaksa perusahaan untuk terus berinovasi menciptakan ide peluang agar dapat mempertahankan posisi mereka dalam persaingan. Salah satunya seperti UMKM Mak Djuai. Mak Djuai bergerak pada usaha kuliner olahan bumbu jadi khas Palembang sejak tahun 2018. Kelebihan dari Mak Djuai sendiri yaitu memiliki cita rasa yang unik dan sangat kaya rempah karena bumbu khas tersebut terbuat dari hasil resep turun temurun. Selain itu, bumbu jadi Mak Djuai sangat cocok bagi orang ingin praktis karena hadir dalam

bentuk praktis dan siap digunakan langsung tanpa perlu meracik sendiri. Hal ini mempercepat proses memasak dan cocok bagi pelanggan yang memiliki keterbatasan waktu atau keterampilan memasak.. Di dalam bumbu jadi Mak Djuai juga sudah ada petunjuk memasak praktis pada kemasan sehingga biaya yang dikeluarkan jauh lebih murah dibandingkan membeli bahan / bumbu dapur secara terpisah.

Namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui kelebihan dari produk bumbu jadi Mak Djuai. Karena minimnya informasi, Mak Djuai hanya dikenal oleh konsumen secara terbatas. Selain itu, kurangnya *brand awarness* membuat cakupan produk Mak Djuai tidak sampai ke masyarakat luas khususnya di Kota Palembang. Hal ini menyebabkan keberadaan Mak Djuai terdengar asing dibanding produk olahan bumbu jadi lainnya.

Dari permasalahan di atas, perancangan ulang identitas merek dan pengaplikasiannya sebagai media promosi untuk meningkatkan *brand awareness* dipilih sebagai bentuk solusi yang paling dibutuhkan. Sehingga UMKM Mak Djuai dapat memiliki *branding* yang kuat sebagai olahan bumbu jadi yang menarik dan berkualitas.

Perancangan Ulang (*rebranding*) juga dikatakan sebagai sebuah kegiatan terintegrasi dan terencana untuk mengubah posisi sebuah *brand* secara internal maupun eskternal, supaya *brand* terlihat lebih baru, dan memiliki nilai tambah yang baru pada *brand* itu sendiri (Andirani, F. dan Anandita, C. 2019). Perancangan ulang identitas merek dan pengaplikasiannya untuk *brand awarness* ini diharapkan dapat menciptakan ciri khas sebagai pembeda dari kompetitor atau usaha sejenis, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Mak Djuai, serta menjangkau konsumen lebih jauh.

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode *Design Thinking* yang bertujuan agar pada proses pengerjaan dapat terstruktur dengan rapi, sehingga Perancangan Ulang merek yang dihasilkan dari penelitian ini dapat tersampaikan dengan jelas dan terstruktur, berdasarkan pemaparan tersebut, penulis membuat proposal skripsi yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Merek UMKM Mak

Djuai sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Merek menggunakan Metode *Design Thinking*".

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada laporan praktek kerja lapangan yang telah dibuat oleh penulis adalah :

1. Bagaimana melakukan perancangan ulang identitas merek UMKM Mak Djuai?
2. Bagaimana merancang penempatan media promosi yang tepat pada perancangan ulang identitas merek UMKM Mak Djuai?

## 1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan yang di bahas tidak keluar dari topik pembahasan maka batasan yang akan di bahas adalah :

1. Objek penelitian di fokuskan pada perancangan ulang identitas merek dengan metode *Design Thinking* pada UMKM Mak Djuai.
2. Proses perancangan ulang menggunakan *software Adobe Photoshop 2020* dan *Adobe Illustrator 2020*.
3. Perancangan ini meliputi media berupa logo, desain kemasan, desain media pendukung lainnya, serta media promosi berupa desain *feed* Instagram.

## 1.4 Tujuan

Berdasarkan pada perumusan masalah diatas, maka tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk merancang ulang identitas merek UMKM Mak Djuai yang baru, termasuk logo, warna, media sosial dan elemen visual lainnya sesuai dengan target audiens.
2. Menciptakan perancangan dan pengaplikasian identitas merek produk yang terstruktur agar dapat memulai kembali penguatan identitas merek dan konsistensi pada bisnis.

3. Merancang penempatan desain media promosi UMKM Mak Djuai.
4. Memberikan citra baru agar UMKM Mak Djuai mudah dikenal masyarakat dan memiliki diferensiasi dengan merek kompetitor.

### **1.5 Manfaat**

Manfaat penelitian dari perancangan ulang identitas merek dan pengaplikasiannya pada UMKM Mak Djuai yaitu:

- a. Bagi Penulis :
  1. Dapat menerapkan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam permasalahan yang muncul dalam kehidupan nyata.
  2. Dapat membantu pengembangan identitas merek UMKM di bidang kuliner.
  3. Dapat mengimplementasikan perancangan ulang identitas merek dengan teknik *Design Thinking*
- b. Bagi UMKM Mak Djuai :
  1. Mendapatkan identitas merek baru yang diharapkan mampu memperkuat citra UMKM.
  2. Memiliki pedoman penggunaan merek yang jelas dan konsisten untuk memudahkan penggunaan dan promosi pada produk.
  3. Meningkatkan daya saing dan memiliki diferensiasi di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Dengan manfaat-manfaat tersebut, diharapkan Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya identitas merek dalam membangun citra dan kesuksesan UMKM, serta memberikan solusi yang tepat untuk UMKM dalam mencapai tujuan melalui perancangan ulang terhadap identitas visual.