BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dalam dunia bisnis di Indonesia pada saat ini semakin meningkat dan terus bertambah dari hari ke hari. Tidak heran bahwa masyarakat ikut terjun ke dunia bisnis dengan berbagai bidang bisnis yang banyak seperti jasa, transportasi, finansial, pendidikan, properti, agribisnis, dan kuliner. salah satu bidang usaha yang diminati oleh masyarakat adalah bidang kuliner, baik dalam skala besar, maupun skala kecil. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran signifikan dalam perekonomian Indonesia. Data dari Badan Pusat Statistik Nasional menunjukkan bahwa UMKM menyumbang sekitar 61 persen dari total pendapatan nasional dan telah menyerap hingga 97 persen tenaga kerja pada tahun 2023. Jumlah UMKM di Indonesia sendiri telah mencapai 66 juta unit, dengan 1,8 juta di antaranya bergerak di sektor penjualan produk makanan. Hal ini mencerminkan pentingnya UMKM sebagai tulang punggung ekonomi nasional (Fauzy, 2024). Menurut data terbaru dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai lebih dari 65 juta unit. UMKM ini tersebar di berbagai sektor, termasuk kuliner, fesyen, kerajinan tangan, hingga teknologi digital (Waluyo, 2024).

Selain itu, usaha untuk mengembangkan UMKM ini sejalan dengan *Sustainable Development Goals* (SDG) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB), yang merupakan agenda global yang disepakati oleh negara-negara anggota PBB untuk mencapai keseimbangan pembangunan ekonomi, sosial, dan lingkungan hingga tahun 2030. Pengembangan UMKM ini sejalan dengan dua poin SDG, yaitu SDG 8 mengenai Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonom, serta SDG 9 mengenai Industri, Inovasi, dan Infrastruktur. Dalam kaitannya dengan SDG 8, pengembangan ini membantu meningkatkan daya saing produk UMKM lokal melalui branding yang kuat, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal, peningkatan pendapatan, dan penciptaan lapangan kerja. Sementara itu, dalam kaitannya dengan SDG 9, penguatan visual identitas yang

Ananda Raihana Putri, 2025

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UMKM TEH DAUN STRAWBERRY UNTUK CITRA PERUSAHAAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

profesional mendorong pengembangan industri kreatif, inovasi produk, dan memperkuat posisi produk lokal di pasar yang lebih luas, sehingga mendukung industrialisasi yang inklusif dan berkelanjutan (Alisjahbana dan Murniningtyas, 2018).

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Salah satu elemen krusial dalam strategi tersebut adalah identitas visual, yang berfungsi sebagai pembeda, memberikan kesan, dan menyampaikan informasi yang bercerita dalam produk, sehingga menjadi aspek penting dalam pemasaran UMKM. Selain dapat meningkatkan harga, terdapat fungsi lain dari identitas visual yang berguna bagi pelaku UMKM ketika hendak memasarkan produknya. Hal paling penting dan mendasar dalam pemasaran produk UMKM terhadap konsumen terletak pada kemasan yang membungkus produk tersebut (Fauzy, 2024).

Seiring dengan banyaknya masyarakat yang menjadi pelaku UMKM, sehingga membuat persaingan menjadi lebih ketat. Banyak dari para pelaku UMKM tidak berinovasi dalam menjalankan usahanya, sehingga menjadi awal dari kehancuran usaha tersebut. salah satu upaya untuk berinovasi mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan kecanggihan teknologi, khususnya dalam pemasaran produk. Dengan adanya *platform digital* berbasis internet seperti media sosial dan *market place*, membuka kesempatan bagi para pelaku usaha untuk memperkenalkan produk dan perusahaan mereka secara lebih luas. Untuk memasarkan produk diperlukan identitas visual yang kuat untuk meyakinkan konsumen dan meningkatkan *brand awerness*, tetapi pada kenyataannya ini menjadi permasalahan bagi para pelaku UMKM (Salbiah, 2024).

UMKM membutuhkan gambaran yang dapat mendeskripsikan ciri khas dari perusahaan mereka, maka dibutuhkan perancangan identitas visual. Salah satu perusahaan yang memiliki permasalahan pada identitas visualnya yaitu UMKM Teh Daun Strawberry yang akan penulis teliti. Daun strawberry bisa

meningkatkan kesehatan tubuh secara keseluruhan, seperti untuk sistem pencernaan dan nyeri sendi. Pada umumnya, daun strawberry dikeringkan dan dijadikan sebagai minuman teh, atau bisa juga dikonsumsi secara utuh. Daun strawberry juga masih mengandung mineral dan vitamin esensial yang dapat menawarkan berbagai manfaat (Salbiah, 2024). UMKM Teh Daun Strawberry ini merupakan salah satu UMKM binaan Desa Wisata Alamendah (DaWaLa). DaWaLa merupakan sebuah destinasi wisata di Ciwidey, Jawa Barat. Desa ini terkenal karena keindahan alamnya yang menakjubkan, termasuk pemandangan perbukitan, sawah, dan sungai yang mengalir di sekitarnya.

Dalam wawancara yang dilakukan bersama Bapak Sutiana Nurohman selaku pemilik UMKM Teh Daun Strawberry, beliau memaparkan bahwa UMKM nya belum memiliki identitas visualnya sendiri. Sejak awal diproduksinya Teh Daun Strawberry, Bapak Sutiana telah menjadi pemasok teh daun strawberry untuk DaWaLa. Produk teh daun strawberry ini dipasarkan dengan kemasan yang bermerek DaWaLa, sehingga Teh Daun Strawberry milik Pak Sutiana belum memiliki identitas visualnya sendiri. Selain bukan merek milik UMKM sendiri, desain kemasan yang digunakan oleh DaWaLa juga tidak sesuai dengan karakter dari produk teh daun strawberry. Bapak Sutiana memiliki keinginan untuk memperluas pasarnya, tetapi hal ini terhalang kendala karena beliau belum memiliki identitas visual yang sesuai dan mandiri.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dalam hal ini peneliti memandang perlunya dilakukan perancangan identitas visual pada UMKM Teh Daun Strawberry yang sesuai dan konsisten. Hal ini bertujuan untuk membuat UMKM memiliki ciri khas yang sesuai dan membangun citra baik di mata konsumen, mitra bisnis, dan juga masyarakat. sehingga peneliti merancang judul untuk penelitian ini “Perancangan Identitas Visual UMKM Teh Daun Strawberry Untuk Citra Perusahaan”.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan pada latar belakang penelitian maka dapat dirumuskan masalah yang ada yaitu bagaimana rancangan identitas visual yang dapat merepresentasikan UMKM Teh Daun Strawberry agar memiliki citra perusahaan yang profesional dan menarik?

1.3. Batasan Masalah Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini perlu ditetapkan agar fokus penelitian menjadi jelas dan terarah. Penelitian ini berfokus pada perancangan Identitas Visual UMKM Teh Daun Strawberry, yang meliputi elemen-elemen seperti logo, tipografi, warna, dan elemen pendukung lainnya seperti desain kemasan. Perancangan ini hanya mencakup panduan dasar Identitas Visual (*Brand Guidelines*) dan tidak mencakup implementasi penuh dalam media promosi yang lebih luas.

1.4. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang sudah dipaparkan, maka didapatkan tujuan dari penelitian ini untuk merancang identitas visual yang sesuai dengan karakter dan visi UMKM Teh Daun Strawberry, sehingga memiliki citra perusahaan yang profesional dan menarik.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pihak manapun yang membaca penelitian ini, manfaat penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Menjadi referesin dalam pengembangan ilmu desain grafis, khususnya dalam perancangan identitas visual untuk UMKM. Juga memberikan wawasan mengenai pentingnya branding visual dalam membangun citra dan meningkatkan daya saing produk lokal.

2. Memberikan solusi untuk UMKM Teh Daun Strawberry mengenai identitas visual yang profesional untuk memperkuat branding perusahaan.
3. Membantu konsumen mengenali dan mempercayai produk UMKM melalui identitas visual yang menarik. Serta menjadi contoh penerapan identitas visual sebagai upaya meningkatkan citra dan daya saing.

1.6. Struktur Organisasi Skripsi

Dalam penelitian ini, terdapat sistematika penulisan yang membantu dalam memberikan gambaran mengenai isi dari penelitian yang telah peneliti lakukan, secara sistematis penyusunan skripsi ini yaitu diantaranya:

1. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi pemaparan yang menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan yang akan diangkat, rumusan masalah yang akan dibahas, tujuan dan manfaat pembuatan Tugas Akhir serta sistematika penulisan.

2. Bab II Kajian Pustaka

Pada bab ini berisikan penjabaran teori - teori dari berbagai sumber, seperti dari buku, jurnal, internet, dan pendapat yang dihasilkan dari para ahli yang berkaitan dan dijadikan sebagai acuan dalam proses perancangan ulang identitas visual UMKM Teh Daun Strawberry.

3. Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini membahas tentang metode perancangan yang digunakan pada proses pengerjaan tugas akhir yakni membuat metode pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dokumentasi dan literatur.

4. Bab IV Hasil Dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan secara detail mengenai hasil pembahasan perancangan ulang identitas visual UMKM Teh Daun Strawberry, mulai dari hasil analisis data dan membahas semua yang sudah tertera dalam rumusan masalah.

5. Bab V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Pada bab ini berisi ringkasan, dampak, dan juga saran mengenai hasil perancangan identitas visual UMKM Teh Daun Strawberry dari penelitian yang telah dilakukan.

Ananda Raihana Putri, 2025

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UMKM TEH DAUN STRAWBERRY UNTUK CITRA PERUSAHAAN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu