

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah atau yang biasa disebut dengan UMKM merupakan sektor yang menjadi penopang perekonomian masyarakat di Indonesia. Selain berperan penting dalam perputaran ekonomi dalam negeri, UMKM juga berkontribusi terhadap ketersediaan lapangan pekerjaan dan penyerapan tenaga kerja bagi lingkungan di sekitarnya. Dengan demikian UMKM dapat meminimalisasi adanya kesenjangan penghasilan serta kemiskinan dengan cara membantu meningkatkan penghasilan dari kelompok masyarakat yang berpendapatan rendah.

Perkembangan UMKM di Indonesia hingga saat ini bertumbuh sangat pesat terlebih dengan adanya upaya dari pemerintah untuk membantu kemajuan UMKM melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Perkembangan tersebut tentunya juga terjadi di Kota Madiun yang memiliki ribuan pelaku UMKM yang telah dibina. Salah satunya adalah UMKM Putri Wilis yang bergerak di bidang kuliner khususnya kuliner untuk oleh-oleh khas Kota Madiun.

UMKM Putri Wilis memiliki berbagai macam produk unggulan diantaranya sirup yang telah di produksi sejak tahun 2000 dan memiliki 4

rasa yaitu rasa mangga kuweni, rempah, jeruk nipis dan jeruk kepruk serta keripik gadung dan keripik umbi. Saat ini UMKM Putri Wilis telah memiliki ijin usaha dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Koperasi dan Usaha Mikro Kota Madiun dan juga *offline store* yang terletak di Jalan Setia Budi Timur No.22, Kanigoro, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun. Pada *offline store* tersebut tidak hanya dijual dari produk Putri Wilis saja, namun juga masih banyak produk- produk UMKM lain sehingga konsumen dapat memilih sesuai dengan selera ketika berkunjung ke *offline store* Putri Wilis untuk dibawa pulang sebagai oleh- oleh khas Kota Madiun.

Biasanya, produk-produk dari UMKM memiliki rasa otentik yang tidak dimiliki oleh produk lain sehingga dapat menjadikan ciri khas tersebut sebagai keunggulan dari produknya. Dalam produksinya, UMKM Putri Wilis juga memiliki ciri khas yaitu bahan-bahan yang digunakan tidak mengandung pemanis buatan dan MSG, serta menggunakan bahan-bahan alami pilihan sehingga aman untuk dikonsumsi untuk jangka panjang.

Dalam perjalanannya, sebuah UMKM pasti memiliki kendala atau tantangan tersendiri untuk mencapai target yang ingin diraih. Salah satunya adalah terbatasnya sumber daya manusia yang telah terlatih dalam hal pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk. Akibatnya, produk lokal

lebih sering dipandang sebelah mata oleh para konsumen padahal bisa jadi kualitasnya lebih baik dibandingkan produk yang namanya sudah besar. Visualisasi dari kemasan produk juga menjadi tantangan bagi pelaku UMKM di masa saat ini karena persaingan produk tidak hanya sebatas keunggulan maupun kualitas bahkan teknologi yang canggih saja, namun juga pada upaya untuk mendapatkan nilai lebih yang bisa memberikan manfaat emosional bagi para konsumen saat menggunakan produk.

Kemasan memiliki fungsi sebagai pelindung dan mewadahi sebuah produk dari kerusakan dan juga agar lebih mudah untuk disimpan serta dipasarkan. Kemasan juga dapat berperan sebagai identitas bagi sebuah produk, media untuk berpromosi pada konsumen, sarana informasi serta komunikasi untuk konsumen, dan sekaligus sebagai daya tarik bagi konsumen. Selain fungsi utama tersebut, pada era modern ini kemasan menjadi memiliki peran yang sangat penting yang dapat mempengaruhi nilai pada sebuah produk. Visualisasi dari desain kemasan sebuah produk akan sangat mempengaruhi ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut. Kemudian desain kemasan juga dapat menjadi pembeda antara produk satu dengan produk yang lainnya, sehingga desain kemasan produk hendaknya dibuat dengan ciri khas agar konsumen mudah teringat dengan produk kita. Saat ini, produk sirup dari UMKM Putri Wilis Madiun masih menggunakan botol plastik dengan desain label yang sangat sederhana

dengan label kertas yang berisi keterangan rasa sirup, nama produksi, komposisi, kode P-IRT dan alamat produksi saja.

Kemudian kendala lainnya adalah media promosi dari sebuah UMKM. Kebanyakan UMKM masih mementingkan kuantitas produksi dibandingkan dengan cara untuk memasarkannya. Media promosi merupakan suatu hal yang penting untuk kelangsungan kegiatan pemasaran bagi sebuah UMKM, karena melalui media promosi konsumen bisa mendapatkan informasi dari produk yang dijual. Selain itu, media promosi memiliki tujuan untuk meraih *brand awareness* dari target konsumen dan juga berperan sebagai sarana untuk mengedukasi konsumen. *In store media* dapat diterapkan sebagai sarana untuk menampilkan *brand image* dari produk UMKM Putri Wilis Madiun yang menarik dan kreatif sehingga dapat menimbulkan ketertarikan konsumen yang datang berkunjung ke *offline store* untuk menciptakan pembelian sekaligus menanamkan *brand image* yang kuat di benak konsumen.

Saat ini UMKM Putri Wilis Madiun belum memaksimalkan penggunaan media promosi sebagai sarana untuk memasarkan produknya baik pada *in store media* maupun media online. Media online yang digunakan oleh UMKM Putri Wilis Madiun adalah platform media sosial Instagram. Dalam memasarkan produknya melalui media sosial pun, masih belum memaksimalkan konten-konten yang diunggah karena kendala pada

sumber daya manusia yang belum memiliki keterampilan dibidang tersebut. Maka dari itu, penulis tertarik untuk menjadikan UMKM Putri Wilis Madiun sebagai objek untuk tugas akhir karena salah satu produk unggulannya yang telah diproduksi selama 20 tahun yaitu sirup Putri Wilis masih dirasa perlu untuk diberikan perancangan *in store media* yang lebih menarik serta konten kreatif Instagram untuk pemasaran secara online, sehingga produk sirup Putri Wilis dapat memperluas pasar untuk meraih ketertarikan konsumen dan meningkatkan penjualan sekaligus membantu perekonomian masyarakat yang diberdayakan disekitarnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah:

“Bagaimana Perancangan In Store Media dan Konten Kreatif Instagram Sebagai Inovasi Media Promosi Pada UMKM Putri Wilis Madiun?”

C. Tujuan Skripsi Aplikatif

Adapun tujuan dilaksanakannya tugas akhir ini adalah untuk merancang *in store media* dan konten kreatif pada platform media sosial Instagram untuk UMKM Putri Wilis Madiun.

D. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Akademis

Tugas akhir ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dalam menerapkan keterampilannya pada dunia pemasaran serta dunia kreatif. Selain itu, tugas akhir ini dapat memberikan informasi mengenai perancangan *in store media* dan konten kreatif untuk pemasaran secara online yang baik dan juga menarik. Dengan begitu dapat membantu objek untuk menunjang perekonomian serta memperluas target konsumen. Tugas akhir ini menjadi sumbangan pustaka untuk mengembangkan akademisi.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari tugas akhir ini dapat memberikan wawasan pengetahuan kepada khalayak bahwa perancangan *in store media* dan konten kreatif pada platform media online dapat memberi informasi, mengedukasi serta memperluas target konsumen.

E. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam melaksanakan skripsi aplikatif pada produk Sirup Putri Wilis produksi UMKM Putri Wilis Madiun, sebagai berikut:

a. Observasi

Penulis melaksanakan pengamatan secara langsung di tempat penelitian untuk memperoleh data yang akan digunakan yaitu dengan mendatangi langsung lokasi UMKM Putri Wilis Madiun

yang terletak di Jalan Setia Budi Timur No.22, Kanigoro, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun.

b. Wawancara

Penulis melangsungkan wawancara untuk mengetahui lebih dalam mengenai sirup yang di produksi oleh UMKM Putri Wilis Madiun serta permasalahan yang sedang terjadi. Penulis mewawancarari tiga orang sumber yang juga berperan sebagai *Founder* dan *Co-founder* dari UMKM Putri Wilis Madiun.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan oleh penulis merupakan proses atau tahapan ketika sedang berada di lapangan. Proses atau tahapan tersebut meliputi saat mewawancarai narasumber, datang langsung ke lokasi UMKM Putri Wilis Madiun untuk memberikan arahan pada pengelola untuk pembuatan *in store media* serta konten kreatif Instagram, dan lain- lain.

d. Alat dan Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data secara verbal meliputi *note book*, bolpoin dan *handphone* untuk merekam proses wawancara serta dokumentasi. Proses pembuatan rancangan *in store media* serta konten kreatif Instagram menggunakan perangkat manual seperti kertas hvs, pensil dan penghapus.

Perangkat komputer juga digunakan dalam proses pembuatan rancangan diantaranya perangkat keras berupa laptop, *handphone* dan kamera DSLR Canon EOS 700D serta perangkat lunak berupa program grafis *Adobe Photoshop CS6* dan *Microsoft Word*.

Proses *finishing* pembuatan rancangan *in store media* dilakukan dengan sistem *digital printing*.