

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan masuknya era digital, teknologi informasi dan internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Masyarakat modern tidak hanya mengandalkan internet untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi, tetapi juga sebagai sumber utama dalam mencari dan membeli produk dan layanan. Hal ini membuka peluang besar bagi bisnis untuk bertransformasi dan mengikuti tren digital. Sektor bisnis menjadi lebih dinamis dan kompetitif di era digital ini. Perusahaan besar yang memiliki sumber daya finansial dan teknologi canggih dapat dengan mudah mengekspansi bisnis mereka secara online, sedangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus menyesuaikan diri agar tetap bersaing. Dalam dunia bisnis yang semakin terhubung secara digital, inovasi dan kecepatan menjadi kunci untuk bertahan dan tumbuh.

Menurut Rengganawati & Taufik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki potensi sebagai solusi yang efektif untuk menjaga stabilitas ekonomi domestik dan mencegah kerawanan di sektor sandang, pangan, dan papan bagi penduduknya¹. UMKM, yang merupakan tulang punggung ekonomi di banyak negara, termasuk Indonesia, mengalami pertumbuhan yang pesat di era digital ini. Dengan akses yang lebih mudah ke

¹ Rengganawati, H, & Taufik, Y (2020). Analisis Pelaksanaan Digital Marketing pada UMKM Tahu Rohmat di Kuningan. *KOMVERSAL, jurnal.plb.ac.id*, hal 29.

pasar online, UMKM dapat mencapai pelanggan yang lebih luas dan memperluas jangkauan bisnis mereka tanpa harus memiliki toko fisik. Namun, tantangan tetap ada, termasuk persaingan yang ketat dan perubahan cepat dalam preferensi konsumen. Bisnis makanan adalah salah satu yang paling dipengaruhi oleh era digital. Restoran, kafe, produsen makanan kecil, dan usaha makanan lainnya semuanya telah beralih ke platform digital untuk memasarkan produk mereka. Aplikasi pengiriman makanan online menjadi semakin populer, memungkinkan pelanggan untuk memesan makanan dari berbagai produsen makanan dengan mudah. Selain itu, banyak UMKM makanan juga memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, mengunggah gambar makanan yang menggugah selera untuk menarik perhatian pelanggan potensial.

Dalam dunia bisnis makanan, persaingan menjadi semakin ketat, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin beragam, bersamaan dengan masukan olahan makanan dari luar negeri, telah menghadirkan tantangan yang signifikan. Namun, di tengah semua ini, ada alasan yang kuat untuk tidak melupakan makanan yang telah menjadi bagian budaya Indonesia, seperti kerupuk. Kerupuk adalah salah satu makanan yang telah membudaya di Indonesia. Masyarakat Indonesia telah lama menjadikan kerupuk sebagai camilan yang tak terpisahkan dari hidangan sehari-hari. Setiap daerah di Indonesia memiliki varian kerupuk khasnya sendiri, menciptakan beragam rasa, bentuk, dan tekstur yang memikat. Salah satu jenis kerupuk yang patut

mendapat perhatian adalah Kerupuk Ganepo, yang berasal dari daerah Bengkulu. Kerupuk Ganepo memiliki sejarah dan proses pembuatan yang khas. Dibuat dari tepung beras dengan proses perendaman dan pemrosesan manual, keunikan utama Kerupuk Ganepo terletak pada sentuhan tangan manusia, terutama ibu jari, dalam mencetak bentuk dan teksturnya yang khas.

Di daerah Jamprit, Pundong, Bantul, Yogyakarta, Kerupuk Ganepo mendapat perhatian istimewa dari masyarakat setempat. Keunikan bentuknya yang menyerupai kelopak bunga dan rasa yang menggugah selera telah membuatnya menjadi favorit di wilayah tersebut. Namun, yang membuatnya lebih istimewa lagi adalah keterlibatan Ibu Titik sebagai satu-satunya produsen Kerupuk Ganepo di daerah tersebut. Kerupuk Ganepo ibu titik, sebuah kelezatan yang unik, menandai perjalanan dan dedikasi seorang wanita yang luar biasa dalam melestarikan makanan khas daerah. Bisnis ini bermula pada tahun 2015, ketika Ibu Titik memulai usaha kecilnya di Jamprit, Pundong, Bantul, Yogyakarta. Pada awalnya, tujuannya sederhana, yakni untuk melestarikan warisan keluarganya yang telah lama memproduksi Kerupuk Ganepo di daerah asalnya, Bengkulu.

Namun, perjalanan Ibu Titik tidak hanya sebatas pelestarian tradisi keluarganya. Ia merasa memiliki tanggung jawab lebih besar terhadap masyarakat sekitar. Dengan niat baik, Ibu Titik memutuskan untuk berbagi pengetahuan tentang pembuatan Kerupuk Ganepo yang istimewa ini dengan masyarakat setempat. Ia tidak hanya mengajarkan teknik dan proses pembuatan Kerupuk Ganepo, tetapi juga membantu mengembangkan

keterampilan produksi masyarakat sekitarnya. Akibatnya, Kerupuk Ganepo buatan Ibu Titik menjadi sangat digemari oleh masyarakat sekitar. Oleh karena itu, Kerupuk Ganepo kini menjadi salah satu oleh-oleh yang gemar dicari di daerah tersebut. Namun, seperti banyak usaha lainnya, ia juga menghadapi beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk menjaga dan meningkatkan reputasi serta daya tarik usahanya. Salah satu masalah yang dihadapi adalah logo usahanya yang kurang menarik.



Gambar 1.1 Logo Kerupuk Ganepo Ibu Titik

Bisa dilihat di atas, logo dari kerupuk ganepo ibu titik masih terlihat kaku dan belum memberikan citra merek yang khas dari sebuah usaha olahan makanan. Menurut Januariyansah Penggunaan logo merupakan aspek yang krusial dalam memperkenalkan merek kepada konsumen dan pasar. Logo yang memadai memiliki peran penting dalam menarik perhatian pelanggan potensial². Oleh karena itu, logo kerupuk Ibu Titik akan dibuat ulang, dengan tujuan untuk menonjolkan sisi estetik yang lebih menarik serta menyimbolkan citra yang lebih kuat bagi produk Kerupuk Ganepo.

² Januariyansah, S (2018). Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien. Yogyakarta: *Universitas Negeri Yogyakarta, researchgate.net*, hal 2.



Gambar 1.2 Kemasan kerupuk ganepo ibu titik

Masalah lain yang dihadapi oleh usaha Kerupuk Ganepo Ibu Titik adalah berkaitan dengan bentuk kemasan dan visualisasi tampilan identitas produk yang kurang menarik. Sebagai produk kuliner yang khas dan unik, penampilan produk memiliki peran penting dalam menarik perhatian pelanggan potensial. Saat ini, kemasan dan tampilan identitas produk Kerupuk Ganepo belum sepenuhnya mencerminkan kekhasan dan estetika produk tersebut. Hal ini dapat mempengaruhi daya tarik produk di pasar dan membuatnya sulit bersaing dengan produk sejenis yang memiliki kemasan yang lebih menarik. Menurut Juliasari dan Liyundira Merancang desain kemasan produk adalah alternatif yang cocok untuk meningkatkan daya tarik produk UMKM dan produk yang dijual, sehingga produk tersebut dapat dirancang dengan lebih menarik³. Oleh karena itu, perlu adanya perancangan

³ Juliasari, D, & Liyundira, FS (2022). Desain Kemasan Produk sebagai Media Perluasan Pemasaran. Progress Conference, hal 210.

ulang dalam aspek ini untuk meningkatkan daya tarik visual produk Kerupuk Ganepo Ibu Titik dan memberikan kesan yang positif kepada konsumen.

Selanjutnya, masalah lain yang perlu diatasi adalah belum adanya banner identitas usaha. Kehadiran banner identitas usaha dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap usaha Ibu Titik. Banner ini akan menjadi sarana penting untuk memperkenalkan produk dan menarik perhatian pelanggan yang melewati usahanya.



Gambar 1.3 Foto rumah usaha kerupuk ganepo ibu titik

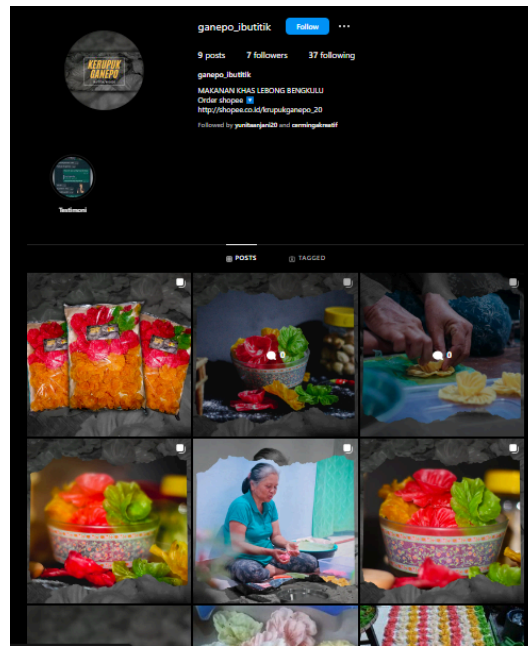


Gambar 1.4 Kerupuk Ganepo Ibu Titik

Pada rumah usaha Ibu Titik, tampak jelas ketiadaan banner identitas usaha yang memadai. Kehadiran banner identitas usaha ini memiliki peran yang krusial dalam memberikan tanda pengenal dan menciptakan kesan yang kuat bagi pelanggan yang datang. Namun, saat ini, penampilan eksterior usaha belum sepenuhnya mencerminkan kualitas produk Kerupuk Ganepo yang dihasilkan. Oleh karena itu, penulis akan berupaya merancang ulang *layout* banner identitas usaha ini. Tujuannya adalah untuk menciptakan sebuah banner yang tidak hanya efisien dalam memberikan informasi tetapi

juga estetis dan menarik perhatian, sehingga mampu memberikan kesan positif kepada para pelanggan yang singgah di rumah usaha Ibu Titik. Selain belum memiliki banner identitas usaha yang dapat memperkuat citra mereknya, Ibu Titik juga dihadapkan pada kendala ketiadaan sarana pendukung untuk berpartisipasi dalam event kewirausahaan. Salah satu kebutuhan mendesak adalah keberadaan *booth* usaha *portable*. Keberadaan *booth portable* sangat penting karena memberikan fleksibilitas dan mobilitas usaha. *Booth* ini tidak hanya memungkinkan Ibu Titik untuk dengan mudah berpindah lokasi sesuai dengan jadwal event, tetapi juga menciptakan kehadiran yang profesional dan menarik bagi calon pelanggan. Dengan adanya *booth portable*, Ibu Titik dapat lebih aktif terlibat dalam berbagai kegiatan pemasaran dan promosi, meningkatkan visibilitas usahanya, dan menjalin konektivitas yang lebih erat dengan pelanggan potensial.

Selain itu, salah satu peluang yang belum dimanfaatkan secara maksimal adalah pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat promosi. Dalam era digital ini, media sosial telah menjadi platform yang sangat efektif untuk memasarkan produk dan berkomunikasi dengan pelanggan. Dengan memanfaatkan Instagram, Ibu Titik dapat lebih aktif dalam berinteraksi dengan pelanggan, memberikan informasi tentang produknya, dan menjalankan kampanye promosi yang lebih efisien.



Gambar 1.5 Profil Instagram kerupuk ganepo ibu titik

Terlihat dari tampilan feeds Instagram Kerupuk Ganepo Ibu Titik yang masih belum teratur dan minimnya konten yang diunggah pada akun Instagram mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial sebagai alat promosi oleh Ibu Titik belum dimaksimalkan sepenuhnya. Menurut Retnasary dan Fitriawati Instagram memiliki potensi besar sebagai alat promosi yang efektif. Platform ini memiliki persyaratan yang cukup lengkap dalam mempromosikan berbagai jenis konten⁴. Untuk memanfaatkan potensi penuh dari platform ini, perlu diperhatikan aspek tata letak konten dan frekuensi unggahan agar dapat menarik perhatian pengikut yang lebih banyak. Dengan upaya untuk lebih teratur dan konsisten dalam memposting konten, Ibu Titik dapat menciptakan kehadiran online yang lebih efektif dan

⁴ Retnasary, M, & Fitriawati, D (2018). Peran Instagram Sebagai Media Promosi. *Syntax Literate*, neliti.com, hal 65.

menjalin komunikasi yang lebih erat dengan pelanggan mereka, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan dan promosi bisnis Kerupuk Ganepo mereka.

Dalam upaya memperkuat citra dan meningkatkan promosi Kerupuk Ganepo Ibu Titik di Jamprit, Pundong, Bantul, Penulis akan menggali potensi perancangan *visual branding* dan Promosi Media Sosial Instagram yang lebih efektif. Melalui desain ulang (*rebranding*) logo usaha, desain kemasan produk, penambahan banner identitas usaha, merancang peralatan *event* dan *merchandise* serta pemanfaatan media sosial khususnya instagram, penulis berharap dapat membantu Ibu Titik dalam mencapai tujuan bisnisnya. Langkah ini adalah upaya nyata untuk mempertahankan dan meningkatkan kekhasan produk Kerupuk Ganepo, serta memperkenalkannya kepada lebih banyak orang. Dengan semangat dan dedikasi Ibu Titik sebagai landasan, Perancangan *visual branding* dan Promosi Media Sosial Instagram ini akan menjadi langkah penting dalam memperluas jangkauan produk ini dan memberikan manfaat yang lebih besar kepada komunitas lokal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam perancangan *visual branding* dan promosi media sosial instagram Kerupuk Ganepo Ibu Titik di Jamprit, Pundong, Bantul adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana merancang ulang logo dan kemasan produk usaha Kerupuk Ganepo Ibu Titik agar lebih menarik dan mampu mencerminkan citra produk yang positif?
- 2) Bagaimana merancang banner identitas usaha, peralatan event, dan *merchandise* yang efisien dan estetis untuk meningkatkan visibilitas produk Kerupuk Ganepo?
- 3) Bagaimana strategi optimal untuk memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat promosi yang lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan terhadap Kerupuk Ganepo Ibu Titik?

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan dari Perancangan *Visual Branding* dan Promosi Media Sosial Instagram Kerupuk Ganepo Ibu Titik di Jamprit, Pundong, Bantul adalah:

- 1) Merancang Ulang Logo dan Kemasan Produk Usaha Kerupuk Ganepo Ibu Titik, tujuannya adalah untuk menciptakan logo dan kemasan produk yang lebih menarik sehingga dapat meningkatkan daya tarik visual produk Kerupuk Ganepo Ibu titik.
- 2) Merancang banner identitas usaha, peralatan event, dan *merchandise* yang efisien dan informatif sehingga dapat memberikan informasi jelas tentang Kerupuk Ganepo Ibu Titik, menarik perhatian pelanggan, dan memberikan gambaran akurat tentang produk dan nilai yang ditawarkan.

- 3) Merancang Strategi Optimal untuk Memanfaatkan Media Sosial, Khususnya Instagram, Sebagai Alat Promosi untuk meningkatkan visibilitas usaha dan menjangkau audiens yang lebih luas.

1.4 Manfaat Perancangan

Manfaat dari Perancangan *Visual Branding* dan Promosi Media Sosial Instagram Kerupuk Ganepo Ibu Titik di Jamprit, Pundong, Bantul adalah:

1.4.1 Manfaat Akademis

Proses perancangan ini dapat menjadi bahan studi kasus atau penelitian bagi mahasiswa atau akademisi yang tertarik dalam bidang pemasaran dan branding, khususnya dalam konteks UMKM kuliner. Proses perancangan ulang logo, kemasan dan banner identitas usaha dapat memberikan kesempatan bagi siswa atau mahasiswa yang berminat untuk mengasah keterampilan desain grafis dan pemasaran media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dengan *visual branding* yang lebih menarik dan promosi yang efektif, penjualan Kerupuk Ganepo Ibu Titik dapat meningkat, memberikan manfaat ekonomi langsung bagi pemilik usaha. Manfaat praktis termasuk meningkatnya kesadaran masyarakat tentang kuliner tradisional Indonesia, khususnya Kerupuk Ganepo, yang pada gilirannya dapat menghidupkan kembali kekayaan budaya lokal.

1.4.3 Manfaat Sosial

Dapat memberikan wawasan yang berharga kepada pelaku usaha dan masyarakat sekitar mengenai topik tentang bidang branding dan promosi. Melalui konsep perancangan *visual branding*, penelitian ini juga memberikan informasi yang penting tentang media yang efektif dan efisien dalam mempromosikan produk dan bisnis. Dengan pengetahuan ini, diharapkan pelaku usaha dan komunitas setempat dapat lebih berhasil dalam memasarkan produk mereka dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

1.5 Teknik Pengambilan data

1.5.1 Observasi

Observasi langsung dilakukan dengan mendatangi tempat usaha kerupuk ganepo ibu titik yang ada di jamprit, pundong, bantul. dimana observasi dilakukan dengan cara mengamati proses produksi Kerupuk Ganepo di tempat usaha Ibu Titik. Dengan mengamati proses secara langsung, peneliti dapat memahami tahapan produksi, peralatan yang digunakan, hasil produk yang siap dipasarkan dan kondisi lingkungan kerja.

Observasi juga digunakan dengan melakukan kajian internet melibatkan penelusuran informasi terkini tentang tren dalam industri kerupuk, strategi pemasaran yang efektif, dan pengetahuan umum tentang makanan ringan tradisional. Sumber-sumber online seperti situs web resmi, artikel, dan publikasi industri memberikan pandangan

tentang bagaimana usaha kuliner dapat mengikuti perkembangan pasar yang terus berubah dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka.

1.5.2 Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik usaha yakni Ibu Titik, dimana ini dapat membuka peluang untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang bisnis ini. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dapat mencakup sejarah bisnis, tantangan yang dihadapi, keunggulan produk, dan harapan untuk masa depan. Wawancara memungkinkan peneliti memahami perspektif dari pelaku usaha langsung yang terlibat di dalam bisnis ini.

1.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi mencakup pengumpulan informasi dengan mendokumentasikan terkait wawancara langsung dengan pelaku usaha, proses produksi, proses pengemasan produk, dimana ini dilakukan dengan datang langsung ketempat usaha kerupuk ganepo ibu titik.