

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Semakin tahun, fenomena Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM kian berkembang di masyarakat. Menurut Tambunan UMKM merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi[1]. Usaha kecil banyak diminati karena tidak membutuhkan modal banyak seperti pendirian usaha yang lebih besar layaknya perusahaan makro. Sehingga UMKM banyak dijadikan sebagai alternatif seseorang untuk menghasilkan pundi-pundi rupiah. Dengan merebaknya UMKM ini khususnya di bidang kuliner, tidak menutup kemungkinan terjadinya banyak persaingan usaha. Berbagai macam teknik dan strategi promosi dan pemasaran berlomba-lomba diciptakan oleh pelaku UMKM agar produknya bisa banyak diminati di pasaran. Pelaku UMKM bersaing memunculkan nilai tambah dari setiap produknya. Salah satunya adalah pada UMKM Jenang Jacket Pertama.

Jenang Jacket Pertama merupakan salah satu makanan khas Purwokerto. Dikonfirmasi langsung oleh Bapak Salimin selaku suami pemiliknya, usaha ini adalah pelopor pertama kalinya ada Jenang Jacket di Purwokerto. Dapat dikatakan Jenang Jacket Pertama merupakan Jenang Jacket yang *legend* di Purwokerto karena telah berdiri sejak 1980. Berlokasikan di Jl. PKK Mersi Purwokerto Selatan, jenang ini memiliki keistimewaan dibandingkan jenang pada umumnya. Dengan proses pembuatan yang singkat dalam tempo 3 jam saja, dihasilkan lempengan

jenang yang memiliki tekstur yang berbeda. Tekstur yang *chewy* atau kenyal menjadi ciri khas dari jenang ketan.

Menurut Ibu Napsiyah sebagai istri pemilik, kini Jenang Jacket Pertama bisa memproduksi rata-rata 20-40kg perharinya dari yang dulunya 30-50kg perharinya dan bisa meningkat lagi ketika ada pesanan khusus. Beliau juga menyampaikan bahwa kini untuk penjualannya tentunya ada sedikit kendala. Kendala tersebut karena pemasaran tidak bisa dilakukan ke semua kalangan usia dan tidak setiap hari ada orang memesan dalam jumlah besar.

Terlebih tidak adanya sistem promosi di media sosial dan strategi promosi baru yang dilakukan. Pemilik merasa masih kurang dalam mempromosikan produk ini agar penjualan kembali pulih seperti yang sebelumnya. Penjualan yang menurun tentunya akan berdampak pada kelangsungan usaha tersebut.

Jenang Jacket Pertama memiliki *Branding* yang dilakukan melalui kemasan dengan tulisan nama Jenang Jacket Pertama. Promosinya pun juga hanya disebarakan melalui mulut ke mulut untuk sampai ke telinga konsumen baru. Usaha ini belum memiliki strategi promosi yang optimal. Apalagi ditengah era gempuran UMKM dengan *branding* dan promosi yang sudah optimal. Namun demikian, tidak juga semua usaha memiliki *branding* dan promosi yang baik. Contohnya seperti Jenang Jacket Pertama. Oleh karenanya diperlukan pembaharuan yang disebut *rebranding*. Menurut Julianto *rebranding* ialah upaya suatu perusahaan untuk mengubah atau merevisi secara total merek yang sudah ada untuk memperbaikinya tanpa mempertimbangkan tujuan awal perusahaan[2]. *Rebranding* juga merupakan suatu proses pembaharuan atau penyegaran dari segala aspek yang dibutuhkan dalam suatu merek ataupun usaha. Dari penjelasan diatas penulis tertarik untuk membuat strategi promosi berupa merancang *tagline* yang akan di implementasikan kepada penunjang

promosi. Menurut Ismiati dalam Zulkarnain peran *tagline* dalam sebuah promosi sangatlah penting guna membantu menanamkan sebuah produk yang dipromosikan ke dalam benak konsumen dan menarik perhatian atau atensi konsumen terhadap produk tersebut[3]. Dengan demikian diharapkan pada perancangan ini masyarakat bisa lebih tertarik kembali dengan Jenang Jaket Pertama.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

- 1.2.1 Bagaimana merancang *rebranding* Jenang Jaket Pertama sebagai strategi Promosi?
- 1.2.2 Bagaimana pengaplikasian hasil rancangan kepada media promosi?

## **1.3 TUJUAN PERANCANGAN**

- 1.3.1 Untuk merancang *rebranding* Jenang Jaket Pertama sebagai strategi promosi kepada konsumen.
- 1.3.2 Mengaplikasikan hasil rancangan kepada media promosi.

## **1.4 BATASAN MASALAH**

Untuk membuat penelitian lebih mengerucut dan focus serta tidak meluas melebihi pembahasan yang ada, maka penulis membatasinya melalui merancang *rebranding* strategi promosi UMKM Jenang Jaket Pertama berupa *Tagline*. Dan media pengaplikasiannya seperti *sign system*, *banner*, kemasan, *voucher* diskon, dan media sosial seperti *instagram*, *facebook* dan *whatsapp*.

## **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

- 1.5.1. Bagi DKV, khususnya bagi mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual. Untuk merangsang penelitian selanjutnya dengan tema terkait dan juga sebagai referensi untuk penelitian terkait selanjutnya.
- 1.5.2. Bagi institusi, Institusi berkontribusi dalam pengembangan UMKM sesuai dengan visi Institut Teknologi Telkom Purwokerto

*Healthcare, Agro-Industry, Tourism, dan Small-Medium Enterprise (HATS), khususnya dibidang Small-Medium Enterprise.*

- 1.5.3. Bagi masyarakat, perancangan ini bisa menjadi referensi atau inspirasi promosi dengan strategi konsep yang berlainan sehingga bisa tersampaikan maksud dari pembuatan perancangan ini dan dapat membuat masyarakat lebih mengenal Jenang Jaket Pertama.