**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar belakang**

UKM adalah Usaha Kecil dan Menengah, usaha yang didirikan oleh satu atau sekelompok orang (berdiri sendiri) termasuk mempunyai bagian penting terhadap perekonomian suatu Negara maupun Daerah, karena UKM membantu penciptaan lapangan kerja baru sehingga dapat mengurangi pengangguran disuatu wilayah. Besar kecilnya kebutuhan lapangan kerja tergantung UKM tersebut, faktor berkembang tidaknya UKM berpengaruh terhadap lapangan kerja tergantung UKM yang bersangkutan mempunyai daya tarik atau tidak terhadap konsumen atau calon konsumennya. Seperi UKM Ayune yang berpotensi bersaing dengan kompetitor tetapi tidak memiliki *image* yang kuat.

UKM Ayune adalah usaha yang bergerak dibidang hijab. Produk yang awal mula dicetuskan yaitu Jilbab yang menjadi pion dalam produk ini. UKM yang berdomisili dari Kota Kudus, merintis ke Kota Malang dan memulai usahanya di Kota yang besar jumlah kompetitornya. Menurut Bapak Mufadhol (pemilik UKM Ayune) “Sebaiknya merintis di Kota yang banyak pesaingnya dan merebut kekuasaan pasar sehingga menjadi usaha yang lebih berkembang”. UKM ini mempunyai pegawai yang mayoritas berasal dari daerah sekitar UKM Ayune, yang sengaja untuk mengurangi populasi pengangguran yang berada disekitar Kedungkandang. Banyaknya pengangguran dapat meningkatkan kriminalitas yang akan timbul dan meresahkan warga terutama warga Kota Malang. Pada tahun 2015 UKM Ayune lebih memprioritaskan mencari pekerja yang berdomisili Kota Malang terutama diwilayah Kedungkandang yaitu tempat UKM Ayune berada.

Mengingat besarnya kriminalitas di Kota Malang dan juga diwilayah Kedungkandang yang sebagian besar dilakukan oleh orang yang tidak memiliki pekerjaan, sehingga terpaksa melakukan tidakan kriminalitas untuk memenuhi kebutuhan. Maka dari itu UKM Ayune bertujuan untuk berpartisipasi membuka lapangan pekerjaan untuk mengurangi kriminalitas di Kota Malang. Untuk meningkatkan besarnya lapangan pekerjaan di UKM Ayune, maka dipelukan penjualan produk yang besar, sehingga lebih banyaknya lagi produksi dan lebih banyak lagi karyawan yang dibutuhkan.

Namun banyaknya UKM yang mempunyai *image* yang bagus membuat UKM Ayune terpojok untuk merebut pasar . Melihat penjualan Ayune cukup pesat, tetapi konsumen hanya sekedar membeli, tidak mengenal dan mengingat lebih lama UKM Ayune tersebut. “Untuk mengembangkan sebuah usaha perlu adanya kepercayaan dan *image* yang kuat, juga harus memikirkan bagaimana cara memasarkan produknya kepada konsumen”. (Rhenald Kasali : 2015). Untuk mengembangkan *image* perlu mempunyai visual yang menarik sehingga masyarakat bisa mengenal lebih lama dan UKM tersebut bisa lebih berkembang dengan menggunakan *Branding*. Disaat UKM lebih berkembang maka akan lebih banyak lagi lapangan pekerjaan yang dibutuhan oleh UKM Ayune.

Dari uraian diatas penulis bermaksud mem-*Branding* UKM Ayune untuk membantu meningkatkan *image* agar mudah diingat oleh masyarakat dan konsumennya. Juga berdampak lebih mengembangkan potensi lapangan pekerjaan dan juga mengurangi jumlah kriminalitas untuk pengangguran diwilayah Kedungkandang Kota Malang, yang akan dituangkan dalam sebuah skripsi yang berjudul “Perancangan *Visual* *Branding* Produk Hijab UKM Ayune”.

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan yang akan dibahas yaitu :

Bagaimana metode untuk merancang *branding* UKM Ayune Kedungkandang Malang?

* 1. **Tujuan Perancangan**

Adapun tujuan dari perancangan dan pengembangan ini adalah sebagai berikut :

Untuk merancang *branding* UKM Ayune Kedungkandang Malang.

* 1. **Batasan Masalah**

Mengingat banyaknya perkembangna yang bisa ditemukan dalam permasalahan ini, maka perlu adanya batasan-batasan masalah mengenai apa yang dibuat. Adapun batasan-batasan masalah pada perancangan ini sebagai berikut :

* + 1. **Media**

Media yang digunakan hanya menggunakan media cetak dan media sosial.

* + 1. **Teknologi**

Teknologi yang digunakan untuk pembuatan desain hanya menggunakan *Adobe Ilustrator* dan *Adobe Photoshop.*

* 1. **Manfaat Perancangan**

Perancangan yang akan dilakukan ini diharapkan akan memberikan manfaat yang nyata berupa:

* + 1. **Masyarakat**

Hasil perancangan diharapkan berkurangnya jumlah pengangguran dan kriminalitas dengan besarnya lapangan pekerjaan.

* + 1. **UKM Ayune**

Hasil perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada UKM Ayune agar lebih dikenal masyarakat dan mempermudah memasarkan produknya.

* + 1. **Kampus STIKI Malang**

Hasil perancangan ini diharapkan dapat memberi masukan pada pihak kampus sebagai referensi yang memadai untuk penlitian lebih lanjut dengan objek kajian yang lebih mendalam dalam bidang *branding.*

* + 1. **Penulis**

Penulis mampu menjawab masalah yang telah diteliti dan menjadi pengalaman yang dapat di kembangkan dalam penelitian selanjutnya.

* 1. **Definisi Operasional**

Sebagai dasar pengetahuan akan disajikan definisi yang akan dirangkum dari judul yang telah di angkat.

* + 1. **Visual Branding**

Visual yaitu media yang digunakan untuk mempublikasikan melalui gambar dan hanya dapat dirangsang oleh indera penglihatan. *Branding* yaitu pembentukan suatu atribut yang dibutuhkan oleh *brand* untuk menarik konsumen. Jadi, *Visual Branding* yaitu elemen visual yang digunakan oleh *brand* untuk membangun karakter, menjadikan *brand* yang mempunyai ciri khas dan identitas sendiri.

* + 1. **UKM Ayune**

UKM Ayune adalah usaha yang bergerak pada biang hijab yaitu kerudung yang menjadi pion dalam produk tersebut. Ayune terletak di Jalan Ki Ageng Gribig No.324 Kelurahan Kedungkandang Kecamatan Kedungkandang Kota Malang. Asal usaha ini berasal dari Kota Kudus yang merintis kembali usahanya di Kota Malang.Ayune berdiri pada tahun 2010 pada saat itu masih berdir di Kota Kudus. Pada tahun 2012 Ayune pindah ke Kota Malang. Pada saat itu hanya terdapat 4 pegawai. Setelah berkembangnya usaha di Kota Malang, saa ini UKM Ayune mempunyai karyawan 14 orang yang mayoritas mengangkat dari pengangguran diwilayah Kedungkandang. 8 orang penjahit, 3 orang tukang potong, dan 3 orang mejaga toko. UKM yang bergerak dalam produk hijab yaitu jilbab yang menjadi sumber produksi UKM Ayune. Dalam sehari dapat memproduksi hingga 100 jilbab dan siap untuk dipasarkan. Selain dijual ditoko sendiri, kerudung ini juga disebar luaskan kepasar-pasar untuk dititipkan dengan sistim bagi hasil.

* + 1. **Kedungkandang**

Secara geografis, Kecamatan Kedungkandang Kota Malang terletak antara 112036’14” – 112040’42” Bujur Timur dan 077036’38” – 008001’57” Lintang Selatan. Kecamatan Kedungkandang terletak pada ketinggian 440 – 460 meter diatas permukaan laut (dpl). Disebelah timur wilayah Kecamatan Kedungkandang terdapat daerah perbukitan Gunung Buring yang memanjang dari utara ke selatan yang meliputi Kelurahan Cemorokandang, Kelurahan Madyopuro, Kelurahan Lesanpuro, Kelurahan Kedungkandang, Kelurahan Buring, Kelurahan Wonokoyo, Kelurahan Tlogowaru dan Kelurahan Cemorokandang. Luas wilayah Kecamatan Kedungkandang adalah 3.989 Ha atau 39,89 Km2.