# BAB I

**PENDAHULUAN**

## 1.1 **Latar belakang**

 UMKM ialah tonggak ekonomii dii negara Indonesia. Dalam dunia ekonomi UMKM memiliki kepanjangan Usaha Mikro Kelas Menengah didalam  [Undang-undang](https://id.wikipedia.org/wiki/Undang-undang%22%20%5Co%20%22Undang-undang) No. 20 tahun 2008[[1]](#footnote-1). Bisnis yang dikelola oleh badan usaha, rumah tangga atau individu disebut UMKM. Pengelompokan UMKM didasarkan pada pendapatan per tahun, asset kekayaan serta banyaknya pegawai. Menurut Rudjito (2003), Usaha mikro adalah usaha kecil dan menengah. Meski kecil, perusahaan-perusahaan ini bisa menopang roda perekonomian negara.[[2]](#footnote-2) Usaha mikro juga dapat menciptakan lapangan kerja di masyarakat yang lebih luas. Efek positif yang dihasilkan juga dapat meningkatkan devisa negara melalui pajak perusahaan.

Setiap perusahaan memiliki identitas yang berperan sebagai tanda pengenal untuk memperkenalkan diri kepada khalayak umum atau publik. Menurut Olins (1995) identitas perusahaan menyatukan rasa memiliki dan membuatnya terlihat. [[3]](#footnote-3) Perusahaan yang kuat dan mampu bersaing dengan khalayak luas ialah perusahaan yang memiliki identitas serta dapat menentukan keberlangsungan masa depan perusahaan. Identitas perusahaan juga menjadi nilai penting dalam penunjukan eksistensi perusahaan serta menjadi pembeda perusahaan satu dengan perusahaan yang lain. Identitas perusahaan terlihat dari logo, nama, atau pun tampilan lain yang dipakai oleh perusahaan seperti seragam karyawan, gaya visual, kemasan produk, bangunan interior ataupun audio visual.

Menurut website diskopindag kota Malang (Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang) Kelurahan Bandungrejosari yang didalamnya ada Klayatan menjadi sentra pembuatan raket bulutangkis yang sudah ada sejak puluhan tahun lalu baik dengan skala kecil, menengah dan besar.[[4]](#footnote-4) Banyak dari masyarakat dan hampir sebagian besar menekuni hal tersebut baik sebagai produsen, pekerja, ataupun hanya mengerjakan bagian tertentu dari pembuatan raket bulutangkis tersebut. Mulai dari membuat kepala raket, melubangi untuk dipasang mata ayam dan senar, ada juga yang bertugas memasang *handle* termasuk *cover* bertujuan agar konsumen nyaman saat memegang raket. Salah satu UMKM yang bergerak dibidang alat olaraga ini ialah raket dengan merk *Thridson* yang tidak memiliki logo perusahaan ataupun identitas lain hal ini menjadi masalah yang harus diselesaikan agar UMKM tetap bisa bertahan dan bersaing dengan pasar, perlu pengenalan perusahaan terhadap publik maka perancangan logo perusahaan sangat diperlukan agar terciptanya satu identitas baru yang memiliki nilai unik berbeda dari perusahaan yang lain.

Perkembangan bulutangkis semakin populer dan telah menjadi gaya hidup bagi setiap orang yang bermain bulu tangkis di kalangan masyarakat Indonesia. Perkembangan bulutangkis semakin dibela oleh strata rakyat Indonesia, karena hanya menggunakan raket, jaring atau net dan bola bulutangkis atau shuttlecock bisa dibilang olahraga ini mudah dimainkan. Disisi lain atlet bulutangkis Indonesia bernama Apriyani Rahayu dan Greysia Polii mendapat medali emas karena menang pertandingan di Olimpiade Tokyo 2020 kategori bulu tangkis ganda putri. Medali emas tersebut menjadi sejarah baru bagi bulu tangkis Indonesia, karena untuk pertama kalinya ganda putri meraih medali di Olimpiade. Hal ini menjadikan bulutangkis sebagai olaraga saat ini di *highlight* oleh karena itu UMKM yang memiliki kaitan dengan bulutangkis memiliki potensi untuk berkembang dan maju. Maka support kepada UMKM sangat diperlukan untuk mendukung agar tetap eksis. Salah satunya ialah merancang logo untuk menolong perkembangan UMKM agar dapat bersaing.

*Logo* memiliki arti Identitas perusahaan memiliki beberapa komponen. Di atas segalanya (simbolisme), simbol-simbol ditampilkan di sana. Perusahaan sebagai identitas perusahaan, meliputi logo, Skema warna dll. Tindakan yang ditunjukkan oleh sebuah perusahaan yang menjalankan bisnis. Bagaimana tanggung jawab sosial dirasakan. Komunikasi yang dilakukan perusahaan dengan masyarakat umum berkomunikasi tentang apa yang telah dilakukan perusahaan. Identitas perusahaan adalah jumlah makna visual dan non-visual digunakan oleh perusahaan untuk menunjukkan diri mereka seluruh kelompok sasaran. Identitas perusahaan memiliki fungsi yaitu untuk membuat perusahaan terlihat sebaik mungkin sesuai dengan realita yang ada. Identitas perusahaan memberikan gambaran umum kepada karyawan tentang bagaimana perusahaan mendekatinya produk dan layanan yang diproduksi untuk bisnis, pelanggan, investor.

## 1.2 **Rumusan masalah**

Berdasar dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka rumusan masalah yangi akan dibahas adalah Bagaimana merancang logo UMKM raket bulutangkis pada sentra UMKM raket Klayatan?

## 1.3 **Tujuan perancangan**

Tujuan perancangan dari Tugas Akhir ini adalah menghasilkan karya logo UMKM raket bulutangkis serta berbagian dalam membantu UMKM

## 1.4 **Batasan masalah**

* Perancangan logo UMKM raket bulutangkis Thirdson di Klayatan ini berfokus pada GSM (*Graphic Standart Manual*) dan implemantasi pada media pendukungnya seperti kartu nama, raket bulutangkis, kaos olaraga *,merchandise* (handuk olaraga, tumbler, stiker, gantungan kunci, stationary set)
* Target audiens ialah anak sampai dewasa usia 15-40 tahun, masyarakat menengah kebawah, orang yang ingin belajar olaraga bulutangkis, menyenangi olaraga bulutangkis

## 1.5 **Manfaat penelitian**

 Manfaat penulisan pembuatan Tugas Akhir ini adalah:

1. Untuk penulis: menjadi pembelajaran pembuatan logo. Selain itu tulisan ini dibuat sebagai syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana.
2. Untuk pembaca: dapat digunakan sebagai sumber literatur dan acuan dalam merancang Logo UMKM Raket bulutangkis terutama untuk lingkup universitas.
3. Untuk universitas: menjadi salah satu sumber bacaan bagi para mahasiswa yang hendak membuat proyek serupa.

## 1.6 **Metode yang digunakan**

Pada perancangan ini metode yang digunakan yaitu *Design Thinking*, dengan pengumpulan data primer yang diambil dari subyek secara langsung, serta data sekunder yang didapat dari berbagai sumber yang ada. Hal ini didapatkan dari sumber literasi, buku-buku dan dokumentasi.

### 1.6.1 **Tempat dan waktu penelitian**

 Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan September dan Oktober 2021 di sentra UMKM Raket Bulutangkis Kota Malang tepatnya di jalan Klayatan 3 Gang Melati Kota Malang. Proses penelitian bertujuan mencari informasi mengenai produksi raket bulutangkis yang dilakukan secara langsung dengan narasumber.

### 1.6.2 **Bahan dan alat penelitian**

Bahan serta alat yang dipakai untuk mendukung penyusunan penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu hardware dan sotfware yang disebutkan dibagian berikut :

* Laptop : Asus Intel Core i5 Gen 8 CPU 1.80 GHz Ram 8gb, SSD 480, HDD 1tb
* Kamera : Sony Alpha @6300 lensa wide 18-50mm
* Mouse : Logitech Wireless
* Buku catatan untuk menulis informasi yang penting
* Kertas gambar, pensil dan bolpoin
* Panduan pertanyaan

Software pendukung :

* *Adobe Ilustrator cc 2017* untuk mendesain basis *vector*
* *Adobe Photoshop cc 2018* untuk mendesain basis *pixel*
* *Microsoft Word 2016*
* *Microsoft Powerpoint 2016*

### 1.6.3 Pengumpulan data

#### 1.6.3.1 **Sumber data**

 Sumber data ialah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini oleh penulis dibagi menjadi dua sumber data yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Sumber data primer adalah data yangi sangat penting dan diperlukan sebagai sumber utama guna memperoleh informasi yang tepat dan akurat. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari tempat penelitian, baik diperoleh dengan cara observasi maupun wawancara narasumber terkait.

1. Data sekunder

Sumber data sekunder ialah data yang dikumpulkan peneliti untuk pendukung dari sumber pertama. Serta dapat dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen. Didalam penelitian ini artikel, jurnal, internet adalah sumber data sekunder.

#### 1.6.3.2 **Teknik pengumpulan data**

Penelitian perancangan logo UMKM raket bulutangkis Thirdson di Klayatan ini menggunakan *instrument*  berikut:

a. Observasi

Dalam observasi ini dilakukan pengamatan secara langsung serta mencatatan bagian-bagian penting mengenai informasi lokasi, kondisi dan dokumentasi produksi raket bulutangkis yang dilakukan pada tanggal 2 Oktober 2021 dan 5 Maret 2022 pada tanggal di Jl. Klayatan 3 Gang Melati nomor 13 kota Malang.

b. Wawancara

Dalam wawancara ini dilakukan tanya jawab secara langsung dengan narasumber yang bernama Trio rahmatan, beliau merupakan pemilik dari produksi raket bulutangkis dengan merk *Thirdson* yang berada di Jl. Klayatan 3 Gang Melati nomor 13 kota Malang.

### 1.6.4 **Teknik analisis data**

Dalam hasil pengamatan serta pengumpulan data dengan cara observasi ke lokasi dan wawancara yang dilakukan maka metode analisa data yang digunakan dalam Logo UMKM raket bulutangkis ialah analisis SWOT. Metode ini akan menjabarkan Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman sebagai acuan Perancangan Logo. Kekuatan masuk dalam kategori internal dan peluang yang masuk dalam kategori eksternal akan menjadi fitur utama yang digunakan dalam perancangan, sedangkan kelemahan yang masuk dalam kategori internal dan ancaman yang masuk dalam kategori eksternal sebagai analisis kompetitor.

### 1**.6.5 Prosedur perancangan**

(Standford d.School)

**Gambar 1. 1** Metodologi Design Thinking

Prosedur perancangan yang digunakan penulis dalam merancang Logo UMKM raket bulutangkis ini adalah Design Thinking dengan tahapan-tahapan yaitu Emphatize yang berisi pengumpulan data, Define yang berisi identifikasi masalah, Ideate berisikan pemecahan masalah, Prototype berisikan konsep dan proses perancangan dan Testing yang berisi pengujian.

## 1.7 **Sistematika Penulisan**

Pada laporan penelitian ini ditulis berdasarkan sistematika dengan urutan sebagai berikut:

**BAB I: Pendahuluan**

Bab satu membahas Pendahuluan yang berisi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Perancangan, Manfaat, Batasan Masalah, Metode yang digunakan dan Sistematika Penulisan.

**BAB II: Tinjauan Pustaka**

Bab dua membahas tentang peneliti terdahulu, teori terkait penelitian yang akan dilakukan.

**BAB III: Analisis Dan Perancangan**

Bab tiga membahas tentangiAnalisisidan konsep perancangan serta menjelaskan mengenai hasil akhir perancangan yang dibuat.

**BAB**i **IV: Hasil dan pembahasan**

Bab empat membahas tentang obyek penelitian, hasil, pembahasan dan pengujian.

**BAB V: Penutup**

Bab lima merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

1. Sekretariat Website JDIH BPK RI. (2008). Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia - BPK RI. Retrieved from Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah: https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008 [↑](#footnote-ref-1)
2. Rudjito (2003), Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Strategi Bisnis [↑](#footnote-ref-2)
3. Riel, Cees B.M. van, 1995, Principles of Corporate Communication, Prentice Hall Campus 400, Mayland Avenue. [↑](#footnote-ref-3)
4. Website Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang yang diakses secara online tanggal 25 Mei 2022, https://diskopindag.malangkota.go.id/industry/Raket [↑](#footnote-ref-4)