



Kebutuhan akan pengetahuan tentang membangun produk UMKM dari sektor pembuatan produk maupun peningkatan citra produk melandasi terciptanya buku ini. Di dalam buku ini dibahas cara-cara sederhana dan mudah diterapkan bagi para pelaku usaha untuk mengoptimalkan daya juang produk di pasar, melalui strategi *branding*, kemasan, dan pemasaran. Selain itu, buku ini juga membantu para pelaku usaha untuk lebih memahami cara-cara mem-*branding* produknya dengan jeli dan teliti, yang diungkapkan melalui contoh-contoh benar dan salah di sekitar kita.



PENERBIT PT KANISIUS
Jl. Compeski 9, Diwejan, Salatunggal,
Depot, Sleman, D.I. Yogyakarta 55091

ISBN 978-979-21-5740-6



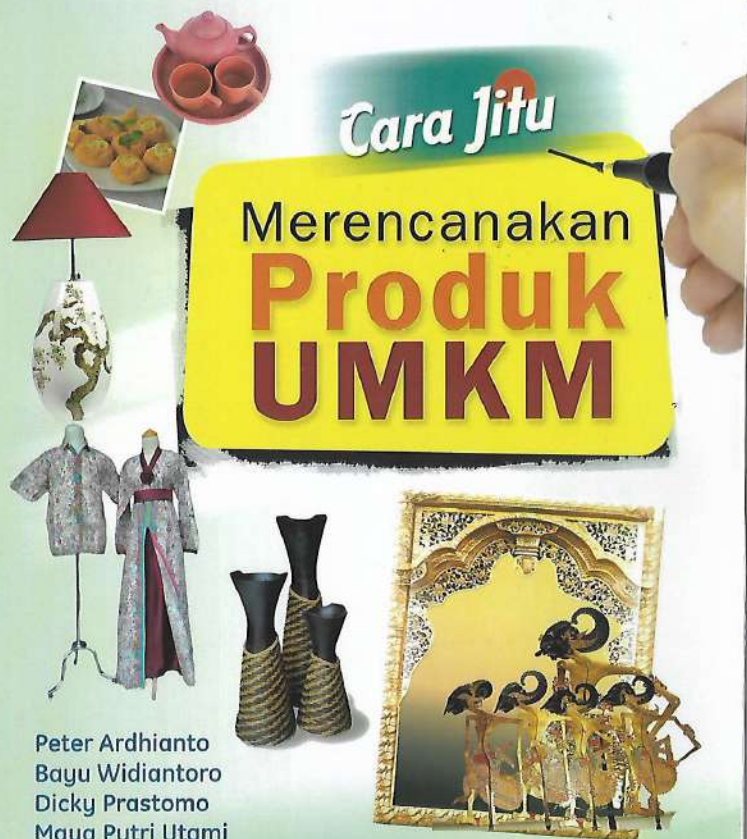
1018003089



9 789792 1157406



Unika
SOEGIJAPRANATA
Talenta pro patria et humanitate



Peter Ardhianto
Bayu Widiyanto
Dicky Prastomo
Maya Putri Utami

Hasil kerja sama Fakultas Arsitektur dan Desain UNIKA Soegijapranata
serta Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang

Cara Jitu Merencanakan Produk UMKM

Peter Ardhianto
Bayu Widiantoro
Dicky Prastomo
Maya Putri Utami



PENERBIT PT KANISIUS

Cara Jitu Merencanakan Produk UMKM

1018003xxx

© 2018-PT Kanisius

PENERBIT PT KANISIUS (Anggota IKAPI)

Jl. Cempaka 9, Deresan, Caturtunggal, Depok, Sleman

Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, INDONESIA

Telepon (0274) 588783, 565996; Fax (0274) 563349

E-mail : office@kanisiusmedia.co.id

Website : www.kanisiusmedia.co.id

Cetakan ke- 3 2 1

Tahun 20 19 18

Editor : Rosa de Lima Novita

Desainer Sampul : Joko Sutrisno

Desainer Isi : Yustinus Saras

ISBN 978-979-21-xxxx-x

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apa pun, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

Dicetak oleh PT Kanisius Yogyakarta

Kata Pengantar

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) “Membaca versi Payung dan Buku” yang dirancang Ammirati Puris Lintas Indonesia dan dimuat dalam harian Kompas 30 Desember 1996 menuntun kita untuk merespons ajakannya. Hal itu terlihat pada keberadaan teks pertama, “Saat buah hati kita hendak bepergian, ada baiknya ia dibekali payung sebelum hujan ...” Teks itu merespons *headline*: “Persiapan sebelum hujan”. Demikian pula teks kedua, “Buah hati Anda membutuhkan wawasan. Ajaklah mereka gemar membaca ...” Teks yang sama merespons teks berikutnya, “Persiapan kehidupan”.

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) “Membaca versi Payung dan Buku” ingin menceritakan kepada kita bahwa sebuah payung diyakini mampu menepis kucuran air hujan dan sengatan sinar matahari kala musim kemarau. Untuk itu, kita perlu membawa payung sebagai persiapan agar tidak kehujanan dan kepanasan. Lanjutan cerita berikutnya, payung sebagai sarana “persiapan” itu dipararelkan dengan buku yang

ini ditulis secara cermat dan komplit agar dapat digunakan sebagai panduan guna mendampingi pelaku usaha dan pengusaha UMKM untuk menjadi tuan rumah di negaranya sendiri. Dengan keberadaan buku ini, pelaku usaha dan pengusaha UMKM mampu menghasilkan produk UMKM yang digemari masyarakat Indonesia.

Jujur harus diakui, saat membaca buku *Cara Jitu Merencanakan Produk UMKM* akan melengkapi perbekalan amunisi kita dalam menyongsong hidup dan kehidupan ini dengan penuh kemuliaan, optimis, dan bertanggung jawab. Karenanya, ketika kita mendaraskan diri untuk selalu hidup bersama buku maka buah hati kita, kawan dan sahabat, serta orang-orang terdekat kita senantiasa terjangkau virus positif melalui budaya membaca dan menulis buku. Itu berarti, ketika kita menyandingkan hidup kita bersama buku maka buku akan selalu menghidupkan imajinasi kita. Selain itu, buku akan selalu menghidupkan energi kreativitas kita untuk berkarya nyata di alam raya ini.

Pada saat ajakan bersedia hidup bersama buku menjadi belahan jiwa kehidupan kita maka hal itu menjadi sebuah kesepakatan. Langkah berikutnya, secara bersama-sama kita dapat merentang dunia serta mengisi hidup dan kehidupan ini dengan aktivitas kreatif. Jalannya lewat tindakan dan pemikiran yang positif serta berdaya guna bagi sesama umat manusia di jagat raya ini. Selamat membaca buku *Cara Jitu Merencanakan Produk UMKM* dengan riang gembira dan menerapkannya dengan penuh kebahagiaan.

Dr. Sumbo Tinarbuko

Penulis Buku, Pemerhati Budaya Visual,
Dosen Komunikasi Visual dan Program Pascasarjana
ISI Yogyakarta

diyakini sebagai jendela pengembangan wawasan dan pengetahuan bagi seluruh umat manusia.

Untuk itu, sebagai orang yang lebih dahulu diberi kesempatan menghirup napas hidup dan kehidupan di dunia ini, sudah sepantasnya kita sebagai orang yang lebih dituakan senantiasa berakrab ria dengan buku dan bahan bacaan lainnya. Itu artinya, secara sadar kita memberikan contoh langsung kepada buah hati kita dan kawula muda untuk senantiasa mencintai buku serta menjadikan buku sebagai bagian dari hidup dan kehidupan kita.

Dampaknya, bagi anak-anak dan kawula muda dengan senantiasa membiasakan diri membaca buku hal itu menjadi aktivitas rekreatif yang lambat laun dan tanpa disadari telah melakukan proses menabung ilmu pengetahuan lewat kegiatan gemar membaca buku. Ajakan ILM itu sejatinya ingin membawa kita pada sebuah kondisi idaman bahwa kita perlu mengisi hidup dan kehidupan ini dengan persiapan bekal pengetahuan yang memadai agar tidak terlindas oleh kekerasan zaman. Sementara di sudut lain, mengajak kita agar dapat menapaki kehidupan ini dengan semangat optimis. Untuk itu, pengembangan beragam pengetahuan dan wawasan intelektualitas mutlak dilakukan sesegera mungkin.

Salah satu langkah yang dapat ditempuh secara egaliter dengan membudayakan kebiasaan membaca buku. Sebab kegemaran membaca buku sama dengan kegemaran membuka jendela dan menyerap energi positif yang ditiupkan oleh pengetahuan dunia. Selain itu, diyakini pula, menulis dan membaca buku adalah aktivitas mulia yang mampu membukakan wawasan atas keberagaman pengetahuan yang berkelindan di jagat raya ini.

Eksistensi Manusia

Selanjutnya, atas dasar pemikiran di atas, disusunlah buku berjudul *Cara Jitu Merencanakan Produk UMKM*. Buku ini ditulis oleh beberapa dosen hebat Prodi Desain Komunikasi Visual UNIKA Soegijapranata Semarang, yang antara lain: Peter Ardianto, Bayu Widiantoro, Dicky Prastomo, dan Maya Putri Utami berupaya untuk mewujudkan semangat mulia yang bertujuan membuka wawasan atas keberagaman pengetahuan yang berkelindan di jagat raya. Sementara itu, bagi para penulis, menulis buku *Cara Jitu Merencanakan Produk UMKM* menjadi bagian dari proses komunikasi verbal sekaligus komunikasi visual kepada pembaca buku dan masyarakat luas. Di sisi lain, bagi para penulis, menulis buku adalah salah satu bentuk eksistensi manusia yang dikaruniai akal serta budi. Mereka yakin, hasil goresan tangan berwujud tulisan akan senantiasa tercatat dalam sejarah peradaban umat manusia. Untuk itu, semuanya wajib dilakukan dengan kesadaran penuh demi memperkaya cakrawala intelektualitas kita di tengah pergaulan umat manusia di jagat raya ini.

Buku berjudul *Cara Jitu Merencanakan Produk UMKM* ini layak dibaca sepenuh hati oleh semua orang dan dari berbagai kalangan. Buku yang ditulis secara runtut dan sistematis ini diharapkan senantiasa dapat mendampingi pembaca yang sedang merencanakan serta merintis karier sebagai pelaku usaha atau pengusaha UMKM. Tulisan menarik di dalam buku ini diawali dengan pembahasan Petunjuk Teknik Pelaksanaan Pendaftaran dan Pemberian Izin Usaha Mikro Kecil. Pada awal tulisan juga dijelaskan pentingnya pelaku usaha memiliki izin usaha sebagai bentuk legalitas formal atas rintisan usaha produk UMKM. Kemudian, tulisan berikutnya membahas tentang Strategi Produk. Dijelaskan dalam tulisan itu, strategi produk adalah upaya melakukan identifikasi menyeluruh serta pengamatan

mendetail sebuah produk yang akan ditawarkan dan dipasarkan kepada calon pembeli. Di samping itu, dibahas juga dalam buku ini tentang strategi kemasan suatu produk. Di mana, bagi pelaku usaha dan pengusaha UMKM, keberadaan kemasan menjadi sangat penting. Mengapa penting? Karena merancang sebuah kemasan yang menarik dan mampu memiliki daya ganggu kepada calon pembeli layak dipikirkan secara serius.

Hasil pemikiran serius itu kemudian diwujudkan menjadi sebuah kemasan yang mengedepankan unsur ergonomis yang ramah lingkungan. Itu artinya, kemasan itu tidak menimbulkan kesulitan tersendiri bagi calon pembeli saat membawanya. Demikian pula, kemasan itu gampang didaur-ulang oleh tanah milik ibu pertiwi. Kemasan itu harus dapat diurai oleh sang tanah usai ia menjalankan tugas negara sebagai wadah yang mewadahi produk UMKM. Selain itu, sang kemasan wajib memiliki daya tarik visual tersendiri yang direpresentasikan dalam wujud keunikan bentuk. Hal itu penting dilakukan agar keberadaannya mampu bersaing dan sanggup menjadi pemenang di antara ribuan kemasan produk yang menjadi pesaingnya. Ketika strategi kemasan itu menghasilkan konsep yang baik seperti yang telah disingguh di atas maka pada titik ini desain kemasan telah menjalankan tugasnya sebagai sosok pemasar produk UMKM tanpa tergantung pada keberadaan iklan. Lebih hebat lagi, bila kemasan yang dirancang seperti yang sebutkan di atas mampu memperkuat proses *branding* atas merek milik pelaku usaha atau pengusaha produk UMKM.

Hidupkan Energi Kreativitas

Dengan demikian, melalui buku *Cara Jitu Merencanakan Produk UMKM* yang kita baca bersama, terkuak bacaan bagaimana memberdayakan keberadaan pelaku usaha dan pengusaha UMKM. Buku

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	5
Bab I	
Perencanaan Usaha	13
A. Alur Kepengurusan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK).....	15
B. Petunjuk Teknis Pelaksanaan Pendaftaran dan Pemberian Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK).....	16
Bab II	
Merencanakan Produk UMKM	21
A. Strategi Produk.....	21
B. Melihat Pasar.....	22
C. Potensi Produk.....	27
D. Potensi Sumber Daya Manusia.....	35
E. Kompetitor.....	37
F. Menggali Keunikan Produk.....	41

Bab III

Membangun Brand, Identitas, Promosi	45
A. Strategi Identitas	45
B. Nama Produk/Jasa.....	45
C. Fotografi bagi UMKM.....	56
D. Merekam Gambar dan Pengaplikasiannya	57
E. Fungsi Perekaman Gambar	58
F. Alat yang Bisa Digunakan dan Cara Penggunaannya.....	60
G. Tips Memotret Menggunakan <i>Smartphone</i>	61
H. Mode Pemotretan	69
I. Pesan melalui Gambar	71
J. Fungsi Elemen Pendukung pada Sebuah Hasil Foto.....	72
K. Tips Memotret Produk.....	79

Bab IV

Kemasan dan Pemasaran	83
A. Strategi Kemasan.....	83
B. Strategi Pemasaran.....	101
Intisari Cara Jitu Merancang Produk UKM.....	109
Daftar Pustaka.....	117