

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

PKPM merupakan salah satu bagian penting dari kurikulum pendidikan Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya yang bertujuan untuk mengembangkan karakter mahasiswa (Aswin & dkk, 2019). Melalui pengalaman lapangan ini, mahasiswa dapat mengasah keterampilan sosial, kepemimpinan, pemecahan masalah, dan tanggung jawab sosial mereka. PKPM memberikan peluang bagi mahasiswa untuk memberikan kontribusi yang nyata kepada masyarakat. Melalui proyek-proyek yang dilakukan selama PKPM, mahasiswa dapat membantu mengatasi masalah-masalah sosial, ekonomi, dan lingkungan yang dihadapi oleh masyarakat setempat.

Digital marketing menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009) adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Pemasaran digital mencakup perkembangan teknologi informasi dan internet yang telah mengubah cara pemasar berinteraksi dengan konsumen serta memasarkan produk dan layanan mereka. Dengan sosialisasi serta edukasi yang kami lakukan selama kegiatan PKPM berlangsung diharapkan para pelaku UMKM maupun masyarakat dapat memanfaatkan metode ini untuk mengatasi masalah penjualan pada usaha mereka.

#### **1.1.1 Profil dan Potensi Desa**

Desa Wates Way Ratai pada tahun 1930-an telah dibuka oleh penduduk suku Lampung yang berasal dari desa Hanauberak, Tambangan, Padang Cermin dan Banjaran. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan penduduk di pulau Jawa pada tahun 1965 mulailah berdatangan penduduk dari pulau Jawa melalui transmigrasi. Swadaya para penduduk pendatang membuka hutan belantara di wilayah ini untuk dijadikan lahan pertanian. Maka dari itu sebagian besar suku bahasanya terdiri dari suku Jawa dan suku Sunda sebagian kecil suku Madura dan suku asli Lampung (Pemerintah Desa Wates Way Ratai, 2016)

Letak Desa Wates Way Ratai berada di sebelah Selatan Ibu Kota Kabupaten Pesawaran, dan berada dipusat pemerintahan Kecamatan Way Ratai, dengan batas-batas sebagai berikut :

- Sebelah Utara :Desa Bunut Pasar, Kecamatan Way Ratai
- Sebelah Timur :Desa Bunut Pasar, Kecamatan Way Ratai



<b>POTENSI DESA WATES WAY RATAI</b>	
Potensi Wisata	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Air Terjun</li> <li>2. Waterboom</li> </ol>
Potensi Seni Dan Budaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jaran Kepang</li> <li>2. Karawitan</li> </ol>
Potensi Ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. UMKM</li> <li>2. Hasil Bumi</li> <li>3. Peternakan</li> <li>4. Perikanan</li> </ol>

**Tabel 1: Potensi Desa Wates Way Ratai**

### 1.1.2 Profile UMKM

Nama Pemilik	Iis Arieiyanti
Tahun Berdiri	2020
Jenis Usaha	Makanan
Alamat Usaha	Dusun Selo Rejo, Desa Wates, Kecamatan Way Ratai, Kabupaten Pesawaran

**Tabel 2: Profil UMKM**

Basreng Selo merupakan sebuah UMKM yang terletak pada Dusun Selo Rejo, Desa Wates. Basreng adalah cemilan yang berasal dari bakso yang di goreng dengan minyak panas hingga menjadi renyah, usaha yang dikembangkan oleh Ibu Iis Arieiyanti ini memiliki varian rasa yang sederhana yaitu original dan pedas.

Dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas, harga yang relatif terjangkau serta dapat dibeli di berbagai gerai dan warung kecil di daerah Desa Wates Way Ratai menjadikan Basreng Selo cukup dikenal di Desa ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, diuraikan rumusah sebagai berikut:

1. Bagaimana penggunaan pemasaran digital dapat membantu UMKM Selobites dalam meningkatkan penjualan produk mereka?
2. Apa hambatan atau tantangan yang dihadapi UMKM Selobites dalam mengimplementasikan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk mereka?
3. Bagaimana dampak penggunaan pemasaran digital terhadap pertumbuhan bisnis dan keberlanjutan UMKM Selobites?
4. Apakah adanya perubahan dalam perilaku konsumen atau pola pembelian setelah UMKM Selobites menerapkan pemasaran digital?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat**

Adapun tujuan dari kegiatan PKPM ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami bagaimana pemasaran digital dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan penjualan produk UMKM Selobites.
2. Untuk mengidentifikasi hambatan dan tantangan yang dihadapi UMKM Selobites dalam mengadopsi strategi pemasaran digital.
3. Untuk mengevaluasi dampak penggunaan pemasaran digital terhadap pertumbuhan bisnis UMKM Selobites dan berkelanjutan mereka.
4. Untuk menilai apakah ada perubahan dalam perilaku konsumen atau pola pembelian setelah UMKM Selobites menerapkan pemasaran digital.

Beberapa manfaat kegiatan PKPM ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan wawasan tentang peran pemasaran digital dalam meningkatkan pendapatan UMKM.
2. Menunjukkan relevansi dan potensi pemasaran digital bagi UMKM Selobites.
3. Mengidentifikasi masalah-masalah potensial yang perlu diatasi untuk memaksimalkan manfaat dari pemasaran digital.
4. Memberikan rekomendasi untuk mengatasi hambatan yang mungkin muncul.
5. Memberikan pemahaman tentang bagaimana pemasaran digital dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan bisnis UMKM.
6. Mengukur apakah investasi dalam pemasaran digital bermanfaat dalam jangka panjang.

7. Menunjukkan dampak nyata dari pemasaran digital pada perilaku konsumen.
8. Memberikan pemahaman tentang bagaimana pemasaran digital dapat mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen.

### **1.3 Mitra Yang Terlibat**

Nama mitra sebelumnya Basreng Selo yang kemudian kami Re-branding dengan nama dan logo yang lebih menarik menjadi Selo Bites. Selo Bites ini menjalankan usaha berupa makanan kering ringan kekinian yang cukup banyak digemari oleh masyarakat dengan jangkauan usia yang luas, yaitu Basreng, Kerupuk Pedas dan juga Keripik Bothe. UMKM ini dikembangkan oleh Ibu Iis Arieyanti yang berlokasi pada Desa Wates Way Ratai tepatnya pada Dusun Sentongan.