

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu bentuk ilmu yang di dapatkan oleh mahasiswa di kampus. PKPM bagi mahasiswa diharapkan dapat menjadi suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat, pengabdian merupakan suatu wujud nyata dari ilmu yang di dapatkan di bangku perkuliahan yang tertuang secara teoritis untuk dapat diterapkan di dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat.

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) adalah salah satu program pengabdian yang di lakukan oleh mahasiswa dengan tujuan untuk memperoleh pengalaman belajar yang berharga melalui keterlibatan diri secara langsung dengan belajar interaksi sosial dengan masyarakat sekitar. PKPM ini dilakukan oleh 6 anggota kelompok diantaranya Niluh Mona Banowati(Manajemen), Ni Made Ginanti Mutia(Manajemen), Nuriyati Rahayu(Akuntansi), Satria Mellianto(Manajemen), I Ketut Alit Padmada(Sistem Informasi), Andhika Fiero Darmawan (Manajemen). Nama-nama di atas merupakan orang-orang yang membantu saya dalam menjalankan program kerja dalam mengembangkan UMKM yang ada di Desa Paguyuban, Kecamatan Way Lima. Dalam membantu pemerintahan desa kami juga turut ikut serta dalam pengelolaan sistem web desa dan juga turut ikut seraf dalam keagendaan acara yang di lakukan oleh Desa Paguyuban.

Di Desa Paguyuban terdapat beberapa UMKM diantaranya yaitu UMKM Gula Aren, kelanting, Basreng dan Batu Bata. UMKM di Desa Paguyuban tersebut masih banyak memiliki kekurangan diantaranya Kurangnya lingkup pemasaran, proses produksi tidak rutin setiap hari dan tidak memiliki identitas

usaha. Setelah berkunjung serta melakukan sosialisasi ke beberapa UMKM yang ada di Desa Paguyuban dan mengetahui permasalahan UMKM Desa Paguyuban kami memilih untuk berpartisipasi dalam membantu UMKM Tobong Batu Bata milik Bapak Dhimaz Arianto yang dimana masih memiliki banyak permasalahan yang dimana tidak memiliki identitas usaha. UMKM perlu meningkatkan kemampuan pemasaran agar mampu bersaing dengan UMKM lainnya dengan meningkatkan kemampuan digital marketing atau sosial media marketing (Widia, 2021). Guna meningkatkan keunggulan bersaing, maka UMKM perlu meningkatkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi pemasaran yang lagi berkembang saat ini, seperti kemampuan dalam bermedia sosial atau digital marketing. Fungsi Pemasaran media sosial saat ini sudah bergeser, dari fungsi untuk komunikasi antar individu beralih fungsi menjadi bagian penting dalam pemasaran, khususnya pemasaran online maupun digital marketing. Saat ini tanpa meningkatkan kemampuan dalam pemasaran online atau digital marketing, maka daya saing UMKM akan ketinggalan (Hidayati et al., 2020). Maka dari itu penulis dan tim berniat untuk membantu dalam pembuatan identitas usaha yang menggunakan sistem *digital marketing*.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut penulis membuat laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dengan judul : ***“DIGITALISASI MARKETING PADA USAHA TOBONG BATU BATA UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN SERTA PENDAPATAN UMKM”***

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Pada tahun 2007 Desa Paguyuban merupakan desa pemekaran dari Desa Sidodadi menjadi Desa Paguyuban. Paguyuban merupakan desa urutan ke 16 dari kecamatan Way Lima kabupaten Pesawaran, Desa Paguyuban terdiri atas 7 Dusun, 12 RT, serta 606 Kartu Keluarga. Mayoritas penduduk di desa Paguyuban beragama Islam dan di huni oleh sebagian besar penduduk suku Jawa. Kehidupan

sosial di desa Paguyuban masih terbilang sangat tinggi, hal tersebut terlihat dari kehiatan-kegiatan perkumpulan rutin yang dilakukan masyarakat. Salah satu berkumpul yang masih sangat erat sekali dilakukan yaitu yang berkaitan dengan keagamaan. Adapun juga kebudayaan yang masih di pertahankan yaitu kesenian jawa, dan sebagian besar juga wilayah desa paguyuban merupakan lahan persawahan sehingga mayoritas penduduk di Desa Paguyuban ini bermata pencaharian sebagai petani.

1.1.2 Profil UMKM Batu Bata Pak Dhimaz

Tobong Batu Bata Pak Dhimaz Arianto merupakan salah satu UMKM Bata yang ada di Dusun Penyagunan, Desa Paguyuban, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran. UMKM ini didirikan oleh beliau pada tahun 2015. UMKM bata ini melayani pesanan sesuai dengan keinginan pelanggannya dan ada juga bata yang sudah siap untuk langsung dipasarkan, di UMKM batu bata ini menjual berbagai jenis batu bata antaranya Bata Bolong, Bata Sabun dan Bata Kecil. Dalam proses pemasarannya beliau hanya menggunakan media sosial seperti whatsapp serta adapun informasi dari masyarakat ke masyarakat yang memperkenalkan batu batanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas saya merumuskan permasalahan yang ada pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana mengembangkan sebuah UMKM melalui *Digitalisasi Marketing*?
2. Bagaimana cara meningkatkan pemasaran serta pendapatan pada UMKM melalui *Digitalisasi Marketing*?

1.3 Tujuan Dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Tujuan kegiatan ini adalah untuk :

1. Meningkatkan UMKM dalam sebuah *Digitalisasi Marketing*.
2. Meningkatkan pemasaran serta pendapatan pada UMKM melalui *Digitalisasi Marketing*.

1.3.2 Manfaat

1. Dengan adanya *Digitalisasi Marketing* pada UMKM dapat memudahkan untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.
2. Dengan adanya *Digitalisasi marketing* pada UMKM juga dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha dalam pasar.

1.4 Mitra Yang Terlibat

Mitra yang ikut terlibat dalam pelaksanaan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) sebagai berikut :

- a. Kepala Desa Paguyuban
- b. Aparatur Desa Paguyuban
- c. Masyarakat Desa Paguyuban
- d. Pemilik UMKM Batu Bata
- e. Karang Taruna Desa Paguyuban