

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya sebagai perguruan tinggi yang memiliki tugas dan fungsi untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan mahasiswa yaitu Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), PKPM merupakan sebuah kegiatan pembelajaran yang berada dilapangan yang dilakukan oleh mahasiswa, diharapkan dapat memberi solusi mengenai persoalan yang ada di dalam masyarakat, mengembangkan potensi dan mengetahui kelebihan maupun kekurangan masyarakat setempat. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa, memberikan pembelajaran bagi mahasiswa untuk berinteraksi dengan masyarakat sekitar.

Dalam pelaksanaannya terdapat beberapa tahapan diantaranya yaitu persiapan, pembekalan, pelepasan, observasi, sampai tahap pelaporan. Pada pelaksanaannya mahasiswa PKPM diharapkan dapat memberikan bantuan pemikiran, tenaga, serta ilmu pengetahuan dalam merencanakan dan melaksanakan program pengembangan UMKM maupun desa. Bertepatan dengan hal itu penulis melaksanakan kegiatan PKPM ini di Kelurahan Hadimulyo Barat, Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro. Dengan Tema ” Peningkatan Ekonomi Desa Menuju Masyarakat yang Unggul dan Tangguh Berbasis Digital”.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting bagi masyarakat di tengah krisis ekonomi. Dengan memupuk UMKM diyakini akan dapat dicapai pemulihan ekonomi. UMKM sendiri pada dasarnya sebagian besar bersifat informal dan karena itu cenderung lebih mudah untuk dimasuki oleh pelaku-pelaku usaha yang baru (Gunadi, 2003).

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, penggunaan media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat, termasuk dalam aktivitas bisnis. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sebagai tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia, semakin terdorong untuk memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi digital marketing yang efektif. Media sosial menawarkan platform yang luas dengan biaya yang relatif rendah untuk mempromosikan produk, berinteraksi dengan pelanggan, dan membangun kesadaran merek (brand awareness).

Namun, meskipun media sosial memiliki potensi besar, banyak UMKM masih belum sepenuhnya mengoptimalkan penggunaannya. Tantangan utama yang sering dihadapi oleh UMKM, seperti "Dapoer Kue Bu Puji," adalah kurangnya pemahaman tentang cara merancang strategi konten yang efektif, keterbatasan sumber daya untuk mengelola akun media sosial secara konsisten, serta kesulitan dalam memanfaatkan fitur-fitur lanjutan seperti iklan berbayar dan analitik data. Selain itu, masih banyak UMKM yang belum memiliki strategi yang jelas dalam mengukur dan mengevaluasi hasil dari kampanye digital marketing mereka, sehingga sulit untuk menentukan dampak nyata dari upaya mereka di media sosial.

Dapoer Kue Bu Puji, sebagai UMKM yang bergerak di bidang kuliner, khususnya produksi kue tradisional dan modern, menghadapi tantangan yang serupa. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, optimalisasi penggunaan media sosial bukan lagi sekadar pilihan, melainkan keharusan bagi "Dapoer Kue Bu Puji" untuk bertahan dan berkembang. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi dan promosi, tetapi juga sebagai saluran untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan, mendapatkan umpan balik yang cepat, dan mengidentifikasi tren pasar terbaru.

Optimalisasi digital marketing melalui media sosial menjadi sangat penting bagi "Dapoer Kue Bu Puji" untuk meningkatkan brand awareness, menarik pelanggan baru, serta mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Dengan strategi yang tepat, media sosial dapat membantu "Dapoer Kue Bu Puji"

menjangkau audiens yang lebih luas, memperkuat citra merek, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan serta pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, penelitian mengenai bagaimana mengoptimalkan peran media sosial dalam strategi digital marketing UMKM, khususnya pada "Dapoer Kue Bu Puji," sangat relevan dan penting untuk memberikan panduan praktis bagi pelaku usaha kecil dalam menghadapi era digital ini. Berdasarkan pada uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul mengenai **“OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING MELALUI PERAN SOSIAL MEDIA UMKM”**.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

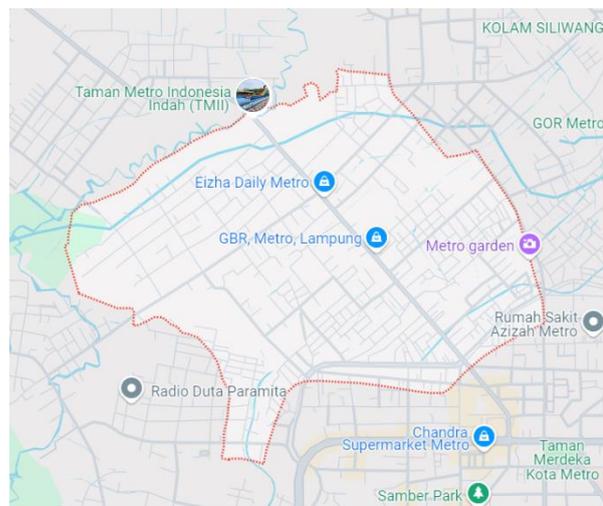
Kelurahan Hadimulyo Barat mempunyai luas 1.953 Hektar. Batas wilayah Kelurahan Hadimulyo Barat adalah sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Banjarsari Kecamatan Metro Utara, sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Imopuro Kecamatan Metro Pusat, sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Purwodadi Lampung Tengah dan Kelurahan Ganjar Asri Kecamatan Metro Barat, sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Hadimulyo Timur.

Kelurahan Hadimulyo Barat sebagian besar adalah wilayah pasar dan padat penduduk karena ada di wilayah pasar pagi Kota Metro. Kelurahan Hadimulyo Barat terdiri dari 11 RW dan 45 RT. Kelurahan Hadimulyo Barat memiliki potensi dalam bidang perdagangan, jasa, dan pariwisata. Hal ini terbukti dengan banyaknya jumlah UMKM yang ada di Kelurahan Hadimulyo Barat, yaitu sekitar 500 UMKM.

Table 1.1 Profil Desa

Nama Desa/Kelurahan	Hadimulyo Barat
Kecamatan	Metro Pusat
Kabupaten/Kota	Metro
Provinsi	Lampung

Jumlah Penduduk Laki-Laki	6.596
Jumlah Penduduk Perempuan	6.616
Total Penduduk	13.212
Jumlah KK	3.354
Luas Wilayah	1.953 Ha



Gambar 1.1 Peta Kelurahan Hadimulyo Barat

Table 1.2 Potensi Kelurahan

No	Potensi Kelurahan
1.	Pesawahan tadah hujan
2.	PUSKESMAS dan POSYANDU
3.	Bank Sampah Unit Sedulur 22
4.	UMKM MAKANAN
5.	UMKM KERAJINAN TANGAN
6.	Pariwisata

1.1.2 Profil UMKM

Menurut Halim (2020), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa. UMKM

merupakan usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha, sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang No. 20 tahun 2008.

Dapoer Kue Bu Puji adalah sebuah usaha mikro kecil dan menengah yang terletak di Kelurahan Hadimulyo Barat, yang dimiliki oleh Ibu Puji Rahayu. Usaha perseorangan yang telah berdiri sejak tahun 2019 ini menawarkan beragam produk Kue Basah dan Kue Kering yang berkualitas. Usaha ini beralamat di Jl. Bangka No.37, RT/RW 04/01B Kelurahan Hadimulyo Barat, Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro, Lampung Berikut profil UMKM Dapoer Kue Bu Puji :

Table 1.3 Profil UMKM

Nama Usaha	: Dapoer Kue Bu Puji
Nama Pemilik	: Ibu Puji Rahayu
Jenis-jenis produk	: Kue Basah, Kue Kering, dan Kue Hantaran
Tahun Berdiri	: 2019
Alamat Pemilik Usaha	: Jl. Bangka No.37, RT/RW 04/01B Kelurahan Hadimulyo Barat, Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro, Lampung

1.2 Rumusan Masalah

Dalam upaya meningkatkan daya saing di era digital, UMKM seperti Dapoer Kue Bu Puji perlu memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Penggunaan platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Namun, meskipun potensi media sosial sangat besar, Dapoer Kue Bu Puji masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya pemahaman tentang strategi konten, keterbatasan sumber daya, dan kesulitan dalam mengukur efektivitas kampanye digital marketing. Oleh karena itu, rumusan masalah diperlukan untuk mengidentifikasi langkah-langkah yang dapat diambil dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial bagi UMKM.

Berdasarkan permasalahan yang telah disampaikan, rumusan masalah dari laporan kegiatan PKPM ini yaitu :

Bagaimana peran media sosial dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efektivitas strategi digital marketing pada UMKM?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

Laporan ini bertujuan untuk memberikan panduan dan solusi bagi UMKM Dapoer Kue Bu Puji dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran digital. Dengan memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business, diharapkan UMKM ini mampu meningkatkan visibilitas produk, memperkuat brand awareness, serta meningkatkan keterlibatan dan penjualan pelanggan. Selain itu, laporan ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam strategi digital marketing, serta menyarankan metode evaluasi yang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran yang dijalankan.

Adapun Tujuan dari penulisan laporan kegiatan PKPM ini adalah sebagai berikut:

Meningkatkan efektivitas digital marketing UMKM dengan mengoptimalkan media sosial, mengatasi tantangan yang ada, memperkuat brand awareness dan keterlibatan pelanggan, serta mengembangkan sistem untuk menilai hasil pemasaran?

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan laporan kegiatan PKPM ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi UMKM Dapoer Kue Bu Puji

Manfaat yang diperoleh bagi UMKM Dapoer Kue Bu Puji adalah :

- a) Memperoleh pemahaman mengenai pentingnya pemasaran digital sebagai salah satu bentuk promosi penjualan.
- b) Mendapatkan pemahaman tentang menilai dampak dari strategi media sosial yang diterapkan dan bagaimana hal ini mempengaruhi brand atau program yang dijalankan pada UMKM Dapoer Kue Bu Puji.
- c) Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan atau perbaikan dalam penggunaan alat komunikasi seperti WA Business untuk meningkatkan efisiensi.
- d) Memberikan panduan untuk meningkatkan kualitas dan relevansi konten berdasarkan umpan balik yang diterima.
- e) Menggunakan data dari formulir kritik dan saran untuk memperbaiki cara komunikasi dan interaksi dengan audiens atau pelanggan.

2. Manfaat Bagi Kelurahan Hadimulyo Barat

Manfaat yang diperoleh bagi Kelurahan Hadimulyo Barat adalah :

- a) Memperoleh bantuan tenaga dan pikiran untuk melaksanakan pembangunan di masyarakat yang berada di bawah tanggung jawan pemerintah.
- b) Memperoleh cara baru di bidang ilmu dan teknologi yang dibutuhkan untuk merencanakan dan melaksanakan pembangunan.
- c) Untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dan memanfaatkan kemajuan teknologi.

3. Manfaat Bagi Institut Informatika & Bisnis Darmajaya

Manfaat bagi Institut Informatika & Bisnis Darmajaya adalah :

- a) Untuk menjadi tolak ukur bagi mahasiswa PKPM IIB Darmajaya selama melaksanakan kegiatan di Kelurahan Hadimulyo Barat.
- b) Memperoleh umpan balik sebagai hasil pengintegrasian mahasiswa dengan proses pembangunan di masyarakat untuk

penyesuaian kurikulum, materi perkuliahan, dan menemukan berbagai masalah untuk pengembangan penelitian.

- c) Untuk melahirkan kader-kader yang mampu membawa perubahan bagi masyarakat di masa yang akan datang.

4. Manfaat Bagi Mahasiswa

Manfaat yang diperoleh bagi mahasiswa dalam pengimplementasian pengetahuan yang diperoleh dari perkuliahan adalah :

- a) Memperdalam cara berfikir dan bekerja secara interdisipliner sehingga dapat menghayati adanya ketergantungan kaitan dan kerjasama antar sektoral.
- b) Memberikan keterampilan untuk melaksanakan pembangunan berdasarkan ilmu, wawasan, teknologi, dan seni.
- c) Memotivasi mahasiswa untuk mengembangkan potensi yang dimiliki.
- d) Memberikan pengalaman dalam melakukan penelaahan, merumuskan dan memecahkan masalah secara langsung sehingga tumbuh sifat profesionalisme dan rasa tanggung jawab dalam arti membentuk kepedulian sosial.

1.4 Mitra yang Terlibat

- 1.4.1** Perangkat Kelurahan serta warga Kelurahan Hadimulyo Barat, Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro. Karena sudah bersedia menjadi tempat lokasi saya dalam melaksanakan kegiatan PKPM Mandiri IIB Darmajaya 2024.
- 1.4.2** Pemilik UMKM Dapoer Kue Bu Puji yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan PKPM ini dan memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan inovasi di UMKM Ibu Puji Rahayu.