

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) adalah perwujudan dari pengabdian masyarakat yang merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Hal tersebut sebagai wujud kristalisasi dan integritas dari ilmu yang tertuang secara teoritis dibangku kuliah dan diterapkan secara nyata dalam kehidupan bermasyarakat. PKPM diharapkan dapat memberi pengalaman yang bermanfaat bagi mahasiswa sehingga pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran berasyarakatnya lebih baik. Kegiatan tersebut merupakan salah satu mata kuliah wajib yang ditujukan sebagai sarana pengembang ide kreatif mahasiswa dalam memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan masyarakat. Kehadiran mahasiswa peserta PKPM diharapkan mampu membagikan ilmu dan pengetahuannya kepada masyarakat sehingga dapat menjadi motivasi dan menumbuhkan inovasi dalam bidang social kemasyarakatan. Hal tersebut selaras dengan peran dan fungsi perguruan tinggi dalam hal pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Di era saat ini, terdapat banyak UMKM yang bermunculan dengan jumlah di Provinsi Lampung berjumlah 180 ribu berdasarkan data dinas koperasi dan UKM Provinsi Lampung 2023 di berbagai sektor, termasuk makanan, minuman, dan sektor lainnya. Penting bagi para pelaku UMKM untuk memahami dan menguasai perkembangan teknologi yang semakin modern, seperti pemanfaatan sosial media. Dengan memanfaatkan social media, pelaku UMKM dapat meningkatkan kesuksesan bisnis mereka. Seperti perkembangan saat ini dibidang ilmu computer dan bisnis yang sangat cepat akan menimbulkan suatu persaingan. Didalam dunia bisnis yang semakin berkembang banyak tantangan yang harus dihadapi oleh semua pihak. Terutama untuk industry rumahan yang baru masuk ke dalam dunia bisnis. E –commerce adalah aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektrono, perdagangan yang menggunakan e-commerce. Contohnya social media seperti Instagram, TikTok dan WhatsApp. Dengan perkembangan yang serba menggunakan elektronik supaya mempermudah masyarakat untuk memesan makanan tanpa harus keluar rumah.

Social media dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dengan menarik minat konsumen dan mencapai pasar yang lebih luas. Kemampuan media sosial untuk membangun interaksi dan koneksi layaknya interaksi di kehidupan nyata menjadi pendorong utama perkembangannya. Hal ini dibuktikan dengan data We Are Social (2022) yang memperlihatkan

jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta pada Januari 2022. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 12,35% dibandingkan sebelumnya (170 juta tahun orang), mencerminkan trend pemanfaatan media sosial yang terus meningkat di Indonesia setiap tahunnya (Manggopa, Sumenda, Lilly, & Deske, 2023). Oleh karena itu, para pelaku UMKM harus fokus pada optimalisasi strategi pemasaran dan produktivitas mereka. Social media Media sosial adalah platform online di mana individu dapat dengan mudah terlibat, berbagi, dan menciptakan konten. Menurut Wahyuningrum & Widayati dalam (Dwiantari and Slahanti 2022) social media sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk serta memperluas interaksi sosial manusia.

UMKM Khazanah Food Metro yang didirikan oleh Keluarga Bapak Catur Apriyanto yang berlokasi di Desa Margorejo Metro Selatan. UMKM ini beridiri pada tahun 2015, akan tetapi UMKM tersebut sama sekali belum pernah melakukan promosi melalui media social seperti Instagram, tiktik wa business. Promosi atau pemasaran yang dilakukakan oleh UMKM Khazanah Food Metro saat ini masih di sekitaran Margorejo yaitu menjual Berbagai olahan Frozen food dengan menjual di toko dan menitipkan produknya di sekitaran Metro. Hal tersebut menjadi kendala bagi UMKM Khazanah Food Metro karena jika hanya memasarkan secara konvensional, maka UMKM akan kesulitan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan persaingan bisnis.

Penggunaan media sosial seperti whatsapp business, instagram dan tik-tok bisa dijadikan media untuk meningkatkan volume penjualan. penggunaan berbagai promosi di media pemasaran seperti whatsapp bussines, instagram, tiktok untuk meningkatkan tingkat penjualan produk yang ada di UMKM Khazanah Food Metro. Aplikasi whatsapp business pada saat ini dirasa penting bagi para UMKM, dengan fitur-fitur yang di miliki oleh whatsapp business diharapkan dapat menunjang pemasaran produk secara online. Menurut Miftahul Azizah et al. (2023) whatsapp business adalah salah satu media sosial yang menyediakan fasilitas chat, berbagi dokumen, foto, panggilan suara, dan panggilan video yang menggunakan jaringan internet yang rilis pada Januari 2018 dan bisa diunduh dari Google Play Store atau App Store.

Aplikasi instagram adalah platform media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video. Pengguna dapat mengunggah, menyunting, dan membagikan konten visual mereka dengan pengikut mereka, serta berinteraksi dengan konten dari pengguna lain dengan cara seperti memberikan "like" dan mengomentari postingan. menurut Danial dalam (Andriana et al. 2022) instagram merupakan salah satu media sosial yang saat ini digemari masyarakat Indonesia bahkan dunia dalam aktivitas berbagi foto dan video. Banyaknya pelaku usaha yang menggunakan instagram untuk berbisnis membuat online shop Instagram menjadi lebih mudah ditemui. Hal ini membuat pelaku usaha berupaya mengoptimalkan akun Instagram sebagai media Aplikasi tik-tok saat ini sangat di minati oleh segala usia di mana aplikasi tik-tok sendiri menghadirkan konten berupa video berdurasi singkat yang membuat penggunanya betah berlama-lama di aplikasi tersebut. Menurut Purwaamijaya et al. (2022) tik-tok adalah social media yang memungkinkan penggunanya untuk membuat video-video pendek yang dilengkapi dengan special efek. Berbagai konten dapat dibuat di video tik-tok.

Dengan adanya kegiatan PKPM di Desa Margorejo ini diharapkan bisa membantu warga untuk bisa memasarkan produknya melalui media online melalui penggunaan aplikasi whatsApp business, instagram, dan tik-tok agar jangkauan pemasaran lebih luas dan mampu membantu meningkatkan branding pada UMKM Khazanah Food Metro.

Metode kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahap, menganalisis situasi dengan observasi langsung, wawancara ke pihak terkait, menetapkan program yang relevan seperti sosialisasi bagaimana memanfaatkan media sosial secara optimal guna memperluas jaringan pemasaran UMKM Khazanah Food mero yang sebelumnya belum memiliki social media seperti instsgram,tiktok dan wa business.Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengangkat permasalahan pada UMKM Khazanah Food Metro yaitu dengan mengangkat judul **“PEMBUATAN PROFIL USAHA DAN OPTIMALISASI PEMASARAN DIGITAL MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM,TIKTOK DAN WHATSAPP BISNIS UMKM KHAZANAH FOOD METRO”**

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Gambar 1.1 Peta Kelurahan Margorejo



Gambar 1.1 Peta Desa Margorejo

Kelurahan Margorejo merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Metro Selatan selatan, kota metro, Provinsi Lampung. Dengan luas wilayah -km, dengan Sebagian besar masyarakatnya bersuku Jawa, sebagian kecil bersuku Lampung dan Sunda. Dengan mata pencaharian utama pegawai, wiraswasta, bertani, dan lainnya.

Kelurahan Margorejo memiliki 6 RW, dengan 27 RT. Secara Demografis desa Negeri Katon memiliki penduduk sebanyak - Jiwa, dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak - jiwa dan Perempuan - jiwa. Kelurahan Margorejo mempunyai batas wilayah seperti berikut:

1. Sebelah utara : Kelurahan Mulyojati
2. Sebelah Timur : Kelurahan Tejosari
3. Sebelah Barat : Kelurahan Mulyosari
4. Sebelah Selatan : Kelurahan Margodadi

Kelurahan Margorejo merupakan kelurahan yang aktif dalam bidang pembibitan ikan, yang sampai saat ini masih aktif memproduksi serta menjual bibit ikan. Serta beragam UMKM yang ada di Margorejo diantaranya Abon ayam, Bawang Goreng, Kerupuk, Bandeng Presto, Serta Stik keju.

Tabel 1. 1 Lembaga Kelurahan Margorejo

Lembaga pemerintahan	Jumlah
Lurah	1 Orang

Sekretaris kelurahan	1 Orang
Kasi	11 Orang
Rw	6 Orang
Rt	25 Orang



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Kelurahan

1.1.2 Profil UMKM



Gambar 1. 2 Profil UMKM

Pemilik UMKM : Catur Apriyanto

Berdirinya UMKM : 2015 sd saat ini

Nama UMKM : Khazanah Food Metro

Alamat UMKM : Jln Wanabakti 4 Margorejo Metro Selatan

UMKM Khazanah Food Metro berada di Kelurahan Margorejo. Usahanya sudah beroperasi dari tahun 2015. Kendala yang dihadapi UMKM Khazanah Food Metro adalah kurangnya promosi atau pemasaran yang kurang maksimal. Oleh karena itu pendamping UMKM dalam pemasaran produk berbasis online melalui Instagram dan Tik Tok dan Whasapp business yang diharapkan dapat mampu meningkatkan penjualan produk Khazanah Food Metro.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada pembuatan laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini adalah:

- a. Bagaimana pemasaran produk UMKM Khazanah Food Metro Instagram?
- b. Bagaimana pemasaran produk UMKM Khazanah Food Metro menggunakan Tik Tok?
- c. Bagaimana pemasaran produk UMKM Kopi Aroma GS menggunakan Whatsapp Business?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

- a. Untuk mempromosikan produk UMKM Khazanah Food Metro menggunakan Instagram
- b. Untuk mempromosikan produk UMKM Khazanah Foodc Metro menggunakan Tik-Tok
- c. Untuk mempromosikan produk UMKM Khazanah Food Metro menggunakan Whatsapp Business

1.3.2 Manfaat

1. Bagi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
 - a. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya Bandar Lampung kepada masyarakat khususnya Kelurahan Sriwedari, Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran.
 - b. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya Bandar Lampung kepada masyarakat khususnya Kelurahan Sriwedari, Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran.
 - c. Meningkatkan, memperluas dan mempererat kerjasama IIB Darmajaya dengan Kelurahan Margorejo

- d. Untuk melahirkan kader-kader yang mampu membawa perubahan bagi masyarakat dimasa akan datang.
2. Bagi Mahasiswa
 - a. Sebagai wujud pengabdian masyarakat dan salah satu acuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa
 - b. Mendapatkan nilai lebih yaitu dalam kemandirian, disiplin, tanggung jawab, kerjasama dan kepemimpinan.
 - c. Memberikan pengalaman dalam melakukan penelaahan, merumuskan dan memecahkan masalah secara langsung sehingga tumbuh sifat profesionalisme dan rasa tanggung jawab dalam arti membentuk kepedulian social.
 3. Manfaat bagi UMKM
 - a. Membantu UMKM dalam proses proses pemasaran secara digital agar UMKM makin dikenal oleh masyarakat luas.
 - b. Menambah keterampilan pemilik UMKM dalam prooduksi dan pengemasan.
 - c. Membantu pemilik UMKM dalam mengelola bisnis.
 4. Bagi masyarakat Kelurahan Margorejo
 - a. Memberikan inspirasi dan tenaga dalam upaya memanfaatkan potensi potensi usaha yang terdapat di Kelurahan Margorejo
 - b. Menumbuhkan inovasi bagi masyarakat di Kelurahan Margorejo

1.3 Mitra yang Terlibat

Berikut merupakan mitra yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di desa Mrgorejo

1. Kepala Desa dan Perangkat Desa Margorejo
2. Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada pada Desa Margorejo
3. Masyarakat Desa Margorejo Kecamatan Metro Selatan.

