

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik Kuliah Pengabdian Masyarakat (PKPM) adalah salah satu bentuk implementasi tridharma perguruan tinggi yang mencakup pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. PKPM merupakan program wajib bagi mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya (Darmajaya) yang bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu yang telah mereka pelajari di bangku kuliah untuk membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat, khususnya di bidang ekonomi, teknologi, dan manajemen.

Di era digital yang serba terhubung saat ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat penting bagi pelaku usaha, terutama untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Salah satu UMKM yang berpotensi besar namun masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran adalah Keripik Sari Rasa, sebuah usaha keripik yang berbasis di Desa Taman Sari.

Keripik Sari Rasa merupakan produk makanan ringan yang diolah dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan memiliki cita rasa yang khas. Meski produk ini memiliki potensi pasar yang besar, pemasaran yang efektif masih menjadi kendala utama bagi pelaku UMKM ini. Terutama dalam konteks media sosial, yang telah terbukti menjadi platform penting dalam strategi pemasaran modern.

Media sosial menawarkan kesempatan besar untuk memperluas jangkauan pasar, membangun brand awareness, dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Namun, untuk mencapai manfaat tersebut, jumlah followers yang signifikan dan interaksi yang aktif di media sosial adalah kunci utama. Peningkatan jumlah followers dapat membuka peluang untuk jangkauan yang lebih luas,

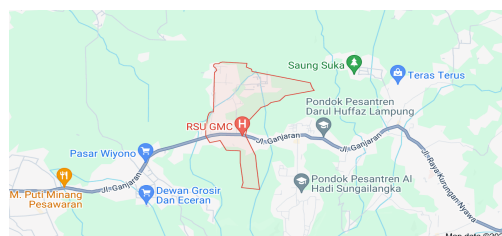
memperkenalkan produk kepada audiens baru, serta meningkatkan potensi penjualan.

Berdasarkan data yang ada, Keripik Sari Rasa saat ini belum memanfaatkan media sosial secara optimal. Analisis awal menunjukkan bahwa jumlah followers media sosial mereka masih terbatas dan keterlibatan audiens dengan konten yang dibagikan belum mencapai level yang diharapkan. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran media sosial yang diterapkan saat ini belum sepenuhnya efektif.

Oleh karena itu, perlu adanya pengembangan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan jumlah followers dan keterlibatan di media sosial. Strategi ini harus mencakup pendekatan yang terintegrasi, kreatif, dan sesuai dengan karakteristik pasar serta audiens target. Dengan menerapkan strategi yang tepat, Keripik Sari Rasa diharapkan dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat posisi mereka dalam industri keripik.

Laporan ini bertujuan untuk menganalisis berbagai strategi efektif yang dapat diterapkan oleh Keripik Sari Rasa untuk meningkatkan followers media sosial mereka. Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang optimal dalam memanfaatkan media sosial sebagai platform pemasaran yang powerful dan efektif untuk pertumbuhan bisnis UMKM ini.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa



Gambar 1.1 maps des ataman sari

Desa Taman Sari merupakan bagian dari Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran yang mempunyai luas wilayah sekitar 2.118 ha/m2. Pada saat ini pertumbuhan penduduk di Desa Taman Sari berjumlah sebanyak 1.235 KK. Sebagian besar penduduk Desa Taman Sari bermata pencaharian sebagai pedagang dan petani. Dari segi pemerintahan desa, Desa Taman Sari memiliki 8 dusun yang dipimpin oleh 1 orang kepala dusun. Dusun-dusun tersebut adalah :

1. Dusun Taman Sari I
2. Dusun Taman Sari II
3. Dusun Sumber Sari I
4. Dusun Sumber Sari II,
5. Dusun Sumber Sari III
6. Dusun Sumber Sari IV
7. Dusun Bangun Harjo
8. Dusun Pasir Erih.

1.1.2 Profil UMKM

UMKM Keripik Sari Rasa merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang pembuatan produksi keripik pisang dan umbi-umbian yang beralamat di Desa Taman Sari Kecamatan Gedong Tataan. UMKM Keripik Sari Rasa didirikan sejak tahun 2022 dan dikelola oleh Ibu Ria. Karena terbatasnya ilmu teknologi dan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki oleh UMKM Keripik Sari Rasa sehingga rendahnya lingkup pangsa pasar, mengakibatkan permintaan hanya dilingkup tempat usaha dan konsumen tertentu. Maka dari itu saya sebagai salah satu mahasiswa dari kegiatan PKPM IIB Darmajaya membantu masyarakat Desa Taman Sari dalam mengembangkan UMKM Kripik Sari Rasa Salah Satunya kemampuan sdm dalam menggunakan teknologi dan marketing usaha.

1.2 Rumusan Masalah

Dari berbagai uraian diatas, dapat ditarik beberapa rumusan masalah yang akan penulis rangkum diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara menyusun strategi yang efektif meningkatkan followers media social untuk memperluas jangkauan pasar bagi UMKM keripik sari rasa ibu ria di Desa Taman Sari?
2. Apakah dengan meningkatnya followers social media dapat memperluas jangkauan pasar bagi UMKM keripik sari rasa ibu ria?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Menilai hubungan antara peningkatan jumlah followers media sosial dan perluasan jangkauan pasar.
2. Dapat mengakses tiktok live untuk mempromosikan produk secara langsung.
3. Mengkaji efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan followers dan bagaimana hal ini berkontribusi pada perluasan pasar UMKM Keripik Sari Rasa Ibu Ria.

1.3.2 Manfaat

Berikut adalah beberapa manfaat pelaksanaan PKPM bagi UMKM Keripik Sari Rasa Ibu Ria, antara lain sebagai berikut:

1. Memberikan pelaku UMKM Keripik Sari Rasa Ibu Ria alat dan strategi yang teruji untuk meningkatkan jumlah followers di media sosial, yang dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk mereka.
2. Membantu UMKM memahami cara efektif dalam menggunakan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun potensial untuk pasar nasional.
3. Menilai apakah dan bagaimana peningkatan jumlah followers berhubungan dengan peningkatan penjualan, memungkinkan UMKM untuk merencanakan langkah-langkah berikutnya yang berdampak pada keuntungan finansial.

4. Membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan keterampilan digital dan pemahaman tentang pemasaran media sosial yang efektif, mendukung pertumbuhan bisnis mereka secara berkelanjutan.
5. Menjadikan live tiktok sebagai salah satu alternatif selain pembuatan konten.

1.4 Mitra yang Terlibat

1. Kepala Desa Taman Sari, Kec. Gedong Tataan, Pesawaran.
2. Aparatur Desa Taman Sari, Kec. Gedong Tataan, Pesawaran.
3. Pemilik UMKM Keripik Sari Rasa Ibu Ria, Dusun Sumber Sari 2, Kec. Gedong Tataan.
4. Seluruh Perangkat Desa dan Masyarakat Desa yang telah menerima kami selama kegiatan PKPM Berlangsung.
5. Pemuda Pemudi Desa Taman Sari