

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia usaha yang terus berkembang, tantangan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) semakin kompleks dan menuntut inovasi yang berkelanjutan. Salah satu inisiatif yang berperan penting dalam menjawab tantangan ini adalah Program Kreativitas Mahasiswa Pengabdian Masyarakat (PKPM), yang menjadi jembatan antara dunia akademis dan kebutuhan nyata di lapangan. PKPM tidak hanya memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk terjun langsung dan berinteraksi dengan masyarakat, tetapi juga berfungsi sebagai wadah untuk mengimplementasikan solusi konkret yang dapat memperkuat posisi UMKM dalam perekonomian lokal.

Untuk UMKM yang akan di teliti oleh Mahasiswa merupakan UMKM yang usahanya sendiri bergerak dibidang Keripik dan juga umbi umbian. Pemilik sudah mengembangkan produk nya dari segi pemasaran melalui aplikasi Whatsapp, namun masalahnya ialah kurangnya pengetahuan yang di miliki oleh pelaku usaha akan dunia digital dan kurang memanfaatkan media sosial lain seperti Instagram dan Tiktok dalam memasarkan produknya agar jangkauan dari usaha nya jadi semakin luas.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Di era digital ini, keberadaan internet dan media social tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi alat strategis dalam pemasaran dan pengembangan bisnis. UMKM

(Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), sebagai salah satu pilar penting perekonomian Indonesia, menghadapi tantangan besar untuk dapat beradaptasi dengan perubahan ini..

Meskipun UMKM memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang, banyak pelaku UMKM yang masih belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, khususnya dalam hal pemasaran. Salah satu langkah awal yang penting namun sering kali terabaikan adalah pembuatan akun media social serta profil google bisnis. Media sosial dan google bisnis, dengan jangkauan yang luas dan biaya yang relative rendah, menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas, menjangkau pasar yang lebihluas, dan berinteraksi langsung dengan konsumen.

Pada dasarnya, media social telah menjadi salah satu kanal pemasaran utama yang dapat menghubungkan bisnis dengan konsumen secara real-time. Penggunaan media social tidak hanya terbatas pada pemasaran produk, tetapi juga dalam membangun brand awareness, meningkatkan keterlibatan konsumen, serta mengumpulkan feedback yang dapat digunakan untuk pengembangan produk atau layanan. Begitu juga dengan google bisnis yang sudah begitu banyak digunakan oleh banyak pelaku usaha dalam mengembangkan serta memperluas jangkauan usahanya, Namun, dalam konteks UMKM, banyak pelaku usaha yang masih meragukan efektivitas media social serta google bisnis atau merasa tidak memiliki cukup pengetahuan untuk menggunakannya secara efektif. Akibatnya, banyak UMKM yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional dan belum memanfaatkan potensi penuh dari media sosial.

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ketahun,

dengan jumlah pengguna media sosial yang semakin bertambah. Hal ini menunjukkan adanya peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas melalui platform digital. Namun, rendahnya aliterasi digital di kalangan pelaku UMKM sering kali menjadi hambatan utama dalam mengadopsi teknologi ini.

Oleh karena itu, program kerja PKPM ini dirancang untuk memberikan edukasi kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya pembuatan akun media sosial dan google bisnis sebagai langkah awal dalam strategi digitalisasi bisnis mereka. Edukasi ini tidak hanya mencakup pemahaman tentang manfaat media sosial dan google bisnis, tetapi juga memberikan panduan praktis dalam membuat dan mengelola akun media sosial dan google bisnis yang efektif. Dengan demikian, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih percaya diri dalam memulai perjalanan digitalisasi mereka, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka.

Program ini juga menekankan pada pentingnya konsistensi dan kualitas dalam pengelolaan akun media sosial dan google bisnis, karena hanya dengan pendekatan yang tepat, UMKM dapat meraih manfaat maksimal dari kehadiran mereka di platform digital. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk menciptakan mindset digital yang lebih adaptif di kalangan pelaku UMKM, sehingga mereka dapat lebih siap menghadapi tantangan dan peluang yang ada di era digital ini.

Dengan latar belakang ini, program kerja PKPM bertujuan untuk memberikan pengetahuan lebih kepada pemilik UMKM Keripik Sari Rasa agar dapat lebih memanfaatkan media sosial khususnya dalam hal

memasarkan produk, dengan edukasi yang diberikan oleh mahasiswa diharapkan, pemilik mampu memakai teknologi yang di rekomendasikan .untuk kedepannya bisa di pakai hingga usahanya bisa berjalan dengan baik.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

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 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 pisang sari rasa telah di dirikan sejak tahun 2022. Usaha nya sendiri sudah berhasil memasarkan produknya hingga ke luar daerah khususnya ke pulau jawa dan sekitarnya. Untuk produknya sendiri sudah sangat terpecaya dari segi kualitas yang sejak dulu konsisten meningkatkan inovasi dari segi rasa hingga kemasan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari berbagai uraian di atas, dapat ditarik beberapa rumusan masalah yang akan penulis rangkum di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya pembuatan akun Sosial Media sebagai bagian dari Strategi Pemasaran Digital?
2. Bagaimana cara Digitalisasi dapat mengubah bisnis dari pembuatan akun Media Sosial dan Google Bisnis?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Tujuan Khusus Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) sebagai berikut:

- a. Meningkatkan Kesadaran dan PemahamanPelaku UMKM tentang Pentingnya Pembuatan Akun Media Sosial sebagai Bagian dari Digitalisasi Pemasaran.
- b. Memfasilitasi Pelaku UMKM dalam Proses Pembuatan Akun Media Sosial yang Efektif untuk Meningkatkan Visibilitas dan Penjualan Produk.
- c. Memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM akan pentingnya memanfaatkan kelebihan dari google bisnis

1.3.2 Manfaat

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

1. Meningkatkan Kemampuan Digitalisasi Pelaku UMKM untuk Mendukung Pertumbuhan Bisnis Program ini memberikan manfaat dalam hal peningkatan kemampuan digitalisasi pelaku UMKM, khususnya dalam memanfaatkan media social dan google bisnis sebagai alat pemasaran yang efektif. Dengan pemahaman dan keterampilan yang lebih baik dalam membuat dan mengelola akun media sosial, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka, menjangkau target pasar yang lebih luas, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan produk mereka. Hal ini juga diharapkan dapat membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada platform digital dalam melakukan pembelian dan berinteraksi dengan brand.

2. Mendorong Penguatan Identitas dan Citra Brand UMKM melalui Media Sosial Melalui program edukasi ini ,pelaku UMKM akan memperoleh pengetahuan tentang bagaimana membangun dan memperkuat identitas serta citra brand mereka di media sosial. Manfaat ini tidak hanya mencakup peningkatan visibilitas di pasar, tetapi juga membantu UMKM dalam menciptakan hubungan yang lebih erat dengan konsumen. Dengan kehadiran yang konsisten dan strategis di media sosial, UMKM dapat membangun brand awareness yang lebih kuat, meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperluas jangkauan,serta mengembangkan loyalitas yang lebih tinggi, yang semuanya berkontribusi pada keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

1.4 Mitra yang Terlibat

1. Kepala Desa. Taman Sari, Kec, Gedong Tataan.
2. Kepala Dusun Sumber Sari 02, Kec.Gedong Tataan.
3. Ketua RT Sumber Sari 02, Kec., Gedong Tataan.
4. Pemilik UMKM Keripik Pisang Sari Rasa di Dusun Sumber Sari 02, Kec, Gedong Tataan.
5. Lingkungan masyarakat Dusun Sumber Sari 02.