

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan bisnis di era globalisasi membuat UMKM dapat menjangkau konsumen menggunakan teknologi yang berkembang. Hal ini merupakan tantangan bisnis sekaligus peluang bagi UMKM yang mulai beroperasi dipasar global. Perkembangan teknologi ini akan memperluas cakupan pemasaran produk pelaku usaha. Namun disisi lain, akan adanya persaingan yang semakin ketat karena semakin mudahnya bagi perusahaan untuk menjangkau pasar.

Salah satu teknologi informasi yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong kinerja UMKM saat ini adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis. Media sosial mampu mengurangi beban biaya promosi yang sangat besar untuk mempromosikan produk layanan yang ditawarkan, kegiatan promosi ini disebut dengan *online marketing*. Media sosial di Indonesia yang saat ini sedang populer ialah facebook, instagram, dan tiktok.

UMKM atau biasa dikenal Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan sebuah kelompok bisnis yang mempunyai dampak signifikan terhadap peningkatan perekonomian daerah dan dengan adanya UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat setempat. Banyaknya UMKM ini tentu disebabkan karena produk-produk dari masing-masing UMKM sangat diminati atau dibutuhkan oleh masyarakat. Namun demikian tidak semua produk UMKM dikenal luas oleh masyarakat karena promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM kalah gencar dengan promosi dari perusahaan yang lebih besar, salah satunya ialah UMKM Kopi Kang Slamet yang berada di Desa Sungai Langka, Pesawaran. UMKM tersebut belum melakukan promosi melalui media sosial manapun maka karenanya kurangnya informasi terkait produk Kopi Kang Slamet pada masyarakat sekitar.

Online Marketing mengubah pelaku UMKM yang telah memanfaatkan sosial media, karena mereka telah mampu mengurangi beban biaya promosi yang sangat besar untuk mengenalkan dan memasarkan sebuah produk. UMKM dikatakan

memilik daya saing glbal apabila mampu menjalankan operasi bisnisnya secara reliable, seimbang dan berstandar tinggi. Sosial media adalah alat promosi yang bedampak signifikan terhadap bisnis karena banyak orang yang memiliki sosial media sehingga penyampaian sebuah produk akan dibilang cukup mudah untuk diketahui oleh masyarakat serta tidak memerlukan biaya untuk membuat sebuah akun jejaring sosial.

Menurut Weinberg (2009) Social Media Marketing merupakan proses promosi yang dilakukan individu terhadap produk atau layanannya melalui media sosial online dan memanfaatkan komunitas online untuk melakukan pemasaran yang lebih luas. Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Tujuan komunikasi pemasaran termasuk melalui media sosial adalah untuk menumbuhkan minat beli konsumen. Menurut Kwek (2010) dalam Permana (2022), menyatakan minat beli dapat diklasifikasikan sebagai bagian dari perilaku kognitif konsumen mengenai niat konsumen dalam membeli suatu brand.

Penggunaan sosial media digunakan oleh masyarakat dalam banyak melakukan aktifitas mulai dari entertainment melakukan bisnis atau aktifitas lainnya. Pengguna internet aktif di Indonesia menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet indonesia tahun 2024 mencapai 221 juta jiwa dari total populasi 279 juta jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Jika media sosial digunakan secara optimal, maka dapat membantu UMKM untuk menarik pelanggan baru. Pelaku UMKM harus memanfaatkan keunggulan lain salah satu cara untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan produknya dengan memanfaatkan peluang yang ada, yaitu dengan memanfaatkan media sosial. Setiap media sosial memiliki layanan dan fitur yang berbeda- beda, sehingga diperlukan strategi untuk memasarkan produk yang kita jual dan bersaing dipasar.

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) adalah salah satu bentuk kegiatan Tri Dharma perguruan Tinggi dengan memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat di desa, daerah domisili, atau daerah asal mahasiswa.

Dalam kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat ini mengangkat tema **“Peningkatan Ekonomi Desa Menuju Masyarakat yang Unggul dan Tangguh Berbasis Digital”**, tema ini dimaksudkan untuk membantu mahasiswa dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dipelajari secara langsung yang sesuai dengan teori sehingga memberi manfaat bagi masyarakat, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) serta desa yang menjadi fokus dalam kegiatan PKPM. Pihak kampus mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan mata kuliah Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan pada 30 Juli – 29 Agustus 2024 di Desa Sungai Langka, Kecamatan Gedong Tataan, Kabutapen Pesawaran, Lampung.

Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung sendiri memiliki calon anggota UMKM yang anggotanya merupakan rekanan usaha yang melakukakn kegiatan usaha berupa produk dan jasa. Dalam menjalankan kegiatan usaha khususnya aspek pemasaran masih dilakukan dengan cara biasa yaitu menerima pesanan dari orang-orang tertentu. Akibatnya, ruang lingkup pemasaran masih sangat terbatas, sehingga kegiatan yang dilakukan belum sepenuhnya berkembang.

Berdasarkan penjelasan diatas, permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Desa Sungai Langka adalah kurangnya pemahaman tentang pemasaran online melalui media sosial dalam kegiatan bisnis dan kurangnya keahlian dalam menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran. Oleh karena itu, solusi untuk mengatasi masalah ini adalah dengan mengadakan pelatihan pemanfaatan penggunaan media sosial untuk meningkatkan penjualan produk UMKKM dan cara pemasaran online melalui media sosial untuk UMKM di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran Lampung.

## **1.2 Profil dan Potensi Desa**

Desa Sungai Langka, terletak di Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung, memiliki sejarah yang menarik. Awalnya merupakan areal perkebunan asing yang kemudian dikelola masyarakat setempat setelah kemerdekaan. Desa ini memiliki luas sekitar 900 hektar dengan jumlah penduduk sekitar 6000 jiwa dan memiliki mayoritas suku Jawa.

Karakteristik utama Desa Sungai Langka yaitu daerah perbukitan dengan ketinggian 400 - 500 mdpl dan tanah yang subur jenis Latosol. Pembagian wilayah Desa Sungai Langka yaitu Terdiri dari 10 dusun dengan potensi dan karakteristik yang berbeda-beda. Desa Sungai Langka memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan, antara lain:

- **Potensi Pertanian dan Perkebunan**  
Tanah Latosol yang subur sangat cocok untuk berbagai jenis tanaman, baik pangan maupun hortikultura. Beberapa komoditas unggulan yang dapat dikembangkan, antara lain buah-buahan, sayuran, kopi, dan tanaman obat. Potensi pengembangan agroindustri untuk meningkatkan nilai tambah produk pertanian.
- **Potensi Pariwisata**  
Keindahan alam pegunungan dan hutan dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata alam, seperti trekking, camping, dan wisata agro. Kekayaan budaya lokal dapat dijadikan daya tarik wisata, seperti festival adat dan wisata kuliner.
- **Potensi Sumber Daya Manusia**  
Masyarakat desa umumnya memiliki semangat kerja yang tinggi dan potensi untuk diberdayakan. Adanya keterampilan lokal yang dapat dikembangkan, seperti kerajinan tangan dan pengolahan hasil bumi.

Desa Sungai Langka memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi desa yang mandiri dan sejahtera. Dengan pengelolaan yang baik dan dukungan dari berbagai pihak, potensi tersebut dapat dioptimalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

### **1.2.1 Profil BUMDES**

BUMDES merupakan badan usaha milik desa yang dibentuk atau didirikan oleh pemerintah desa yang kepemilikan modal dan pengelolaannya dilakukan oleh pemerintah desa dan masyarakat. BUMDES juga mampu menstimulasi dan

menggerakkan roda perekonomian di pedesaan. Aset ekonomi yang ada di desa harus sepenuhnya dikelola oleh masyarakat desa. Mengingat potensi pertanian di Desa Sungai Langka yang cukup luas, BUMDes kemungkinan besar terlibat dalam pengolahan hasil pertanian, seperti pengeringan kopi, pengolahan buah-buahan, atau pembuatan produk olahan pertanian lainnya.

### **1.2.2 Profil UMKM**

UMKM Kopi Kang Slamet berdiri pada tahun 2019 memiliki jumlah pekerja 2 orang. UMKM ini berlokasi di Dusun VII Desa Sungai Langka Kecamatan Geong Tataan Kabupaten Pesawaran Lampung. Dengan skala usaha mikro, jenis kopi yang tersedia di UMKM ini yaitu jenis kopi robusta.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Latar Belakang diatas menjelaskan bahwa,secara khusus pembahasan penelitian yang menjadi pokok permasalahan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana membuat strategi peningkatan produk UMKM Kopi Kang Slamet melalui maksimalisasi pemanfaatan media sosial ?
2. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial dalam penjualan UMKM Kopi Kang Slamet ?

### **1.4 Tujuan dan Manfaat**

#### **1.4.1 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, terdapat beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat luas. Dengan konten yang konsisten dan menarik, UMKM dapat meningkatkan kesadaran akan merek mereka di kalangan audiens yang lebih luas.
2. Meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan promosi yang efektif, penawaran khusus, dan iklan berbayar, UMKM dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian.

### **1.4.2 Manfaat**

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) diharapkan memberikan manfaat kepada UMKM, IIB Darmajaya, dan mahasiswa sebagai berikut:

1. Pemasaran melalui media sosial sering kali lebih terjangkau dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional seperti iklan cetak atau TV. UMKM dapat memanfaatkan platform gratis seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk promosi.
2. Media sosial memungkinkan UMKM untuk berkolaborasi dengan influencer, brand lain, atau komunitas yang relevan, yang bisa memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas.

### **1.5 Mitra Yang Terlibat**

Mitra yang terlibat dalam kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat lingkungan Desa Sungai Langka, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran.
2. Aparat Desa Sungai Langka, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran.
3. Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada Di Desa Sungai Langka, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran.