

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi media saat ini sangat pesat, dengan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat bahwa pada tahun 2020, ada sekitar 11,7 juta pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di table1 kuliner yang telah berjualan secara online. Perubahan gaya hidup masyarakat telah mempengaruhi pelaku UMKM, meningkatkan persaingan di bidang kuliner. Salah satu strategi yang diadopsi oleh pelaku UMKM adalah mempromosikan produk mereka melalui media table1 dengan menampilkan gambar dan video produk yang menarik untuk menarik perhatian calon konsumen. Kemajuan teknologi informasi, terutama multimedia, sangat mendukung pelaku usaha dalam mempromosikan produk mereka. Promosi digital, yaitu pemasaran yang memanfaatkan media digital untuk mengarahkan audiens dalam membeli produk, merupakan salah satu bentuk promosi online yang semakin table1r.

Menurut Philip Kotler dan Hermawan Kartajaya (2017), digital marketing melibatkan penerapan teknologi digital untuk menghubungkan, berinteraksi, dan berkomunikasi dengan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam pembuatan konten promosi, konsep yang menarik sangat penting. Selain visual produk, penambahan audio (background) yang sesuai dapat meningkatkan nilai konten tersebut. Konten, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI), adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sementara itu, menurut Simarmata (2011), konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital.

Konten promosi pengenalan produk yang berkualitas, dengan pamflet yang tepat, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam memilih produk dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Association for Psychological Science menyatakan bahwa kesan pertama bisa bertahan berbulan-bulan dan mempengaruhi penilaian pribadi seseorang, sehingga penting untuk membuat kesan pertama yang baik. Kualitas konten promosi yang tinggi dapat menciptakan kesan pertama yang positif, dan 82% orang cenderung membeli produk berdasarkan tampilan konten promosi yang menarik.

Menghadapi persaingan yang ketat di table1 kuliner dan pentingnya kemasan konten audio-visual untuk membangun kesan pertama yang baik pada konsumen, usaha opak singkong telah menanggapi tantangan ini dengan membuat konten promosi dan

membangun citra merek yang baik melalui media social table2ram. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengenalan produk melalui Instagram memiliki dampak positif dan signifikan terhadap ekuitas merek (Marta & Wiliam, 2016). Selain itu, penggunaan konten visual di Instagram berhubungan erat dengan peningkatan loyalitas konsumen dalam UMKM (Tresnawati & Prasetyo, 2022).

1.1.1 Profil dan Potensi Desa



Gambar 1.1 Maps Desa Taman Sari

Desa Taman Sari terletak di Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung, dengan total luas 2.118 ha/m². Wilayah desa ini terdiri dari lahan pemukiman seluas 997,47 ha/m², lahan sawah seluas 125 ha/m², lahan perkebunan seluas 830,28 ha/m², tempat pemakaman umum seluas 1 ha/m², pekarangan seluas 161 ha/m², lahan perkantoran seluas 0,40 ha/m², serta prasarana umum lainnya seluas sekitar 2 ha/m².

Secara orbitasi, Desa Taman Sari berjarak sekitar 7 km dari ibu kota kabupaten dan dapat ditempuh dalam waktu 50 menit menggunakan kendaraan roda dua atau roda empat. Jika dari ibu kota provinsi, jaraknya sekitar 15 km dengan waktu tempuh sekitar 1 jam menggunakan kendaraan yang sama. Desa Taman Sari berbatasan dengan Desa Suka Banjar di sebelah utara, Desa Sungai Langka di selatan, Desa Bernung di timur, dan Desa Wiyono di barat

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

Table 1.1 Profil UMKM

Nama Pemilik	Solekha
Nama Usaha	Opak Singkong
Alamat Usaha	Desa Taman Sari, Dusun Sumber Sari 4
Jenis Usaha	Perseorangan
Jenis Produk	Makanan
Skala Usaha	Usaha Mikro Kecil dan Menengah
Tahun Berdiri	2016
Produk Yang Ditawarkan	Opak Singkong

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan konten promosi mempengaruhi UMKM Opak Singkong Ibu Solekha di Desa Taman Sari?
2. Bagaimana cara menggunakan konten dan pentingnya konten promosi pada UMKM Opak Singkong Ibu Solekha di Desa Taman Sari?

1.3 Tujuan PKPM

1. Untuk mendorong akses pemasaran UMKM yang lebih luas, sekaligus melakukan penguatan Konten promosi UMKM.
2. Membuat Konten Promosi Sosial Media di Instagram supaya menarik pelanggan yang lebih banyak.

1.4 Manfaat PKPM

1.4.1 Manfaat Bagi IIB Darmajaya

Manfaat yang diperoleh bagi IIB Darmajaya adalah :

1. Untuk menjadi tolak ukur bagi mahasiswa PKPM IIB Darmajaya selama melaksanakan kegiatan di desa Taman Sari.
2. Untuk melahirkan kader-kader yang mampu membawa perubahan bagi masyarakat dimasa akan datang.

1.4.2 Manfaat Bagi Mahasiswa

PKPM bermanfaat bagi mahasiswa dalam pengimplementasi pengetahuan yang diperoleh dari perkuliahan, diantaranya :

1. Memotivasi mahasiswa untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya.
2. Menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa dalam bersosialisasi kepada Masyarakat.
3. Memperdalam cara berfikir dan bekerja secara disiplin .
4. Memberikan keterampilan untuk melaksanakan pembangunan berdasarkan ilmu, wawasan, teknologi dan seni.

1.4.3 Manfaat Bagi Masyarakat

Manfaat yang diperoleh oleh masyarakat Taman Sari, diantaranya:

1. Dapat mengembangkan dan mengelola potensi Desa Taman Sari menjadi lebih berkualitas.
2. Meningkatkan perekonomian masyarakat dan memanfaatkan kemajuan teknologi.
3. Memperoleh bantuan tenaga dan pikiran untuk melaksanakan pembangunan di masyarakat yang berada di Desa Taman Sari.
4. Membantu UMKM dalam melakukan pencatatan transaksi.

1.5 Mitra Yang Terlibat

Selain itu juga tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepala Desa Taman Sari yaitu bapak Fabiyan Jaya
Kepala Desa Taman Sari yaitu bapak Fabiyan Jaya turun aktif membimbing dan memberikan saran serta kritik kepada mahasiswa yang turun ke masyarakat agar tetap memberikan kesan baik selama kegiatan dilangsungkan.

2. Pemilik UMKM Opak Singkong yaitu Ibu Solekha.

UMKM Opak Singkong memiliki peran penting dalam penyelesaian laporan ini. Adapun judul laporan yang penulis ambil ialah dari kegiatan di dalam UMKM Opak tersebut. Pemilik UMKM Opak tersebut aktif dalam membantu kegiatan mahasiswa selama PKPM dijalankan.

3. Masyarakat Desa Taman Sari

Masyarakat Desa Taman Sari membantu mahasiswa dalam melakukan kegiatan serta turun aktif memberikan saran kepada mahasiswa agar program yang dijalankan dapat berlangsung dengan lancar dan sukses.

