

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran dalam memajukan perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan menggerakkan perekonomian local. UMKM seperti “Kemplang Cap Siger” adalah contoh konkret dari usaha kecil yang berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat setempat.

Di era digital saat ini, pemasaran digital telah menjadi alat yang sangat efektif memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas. Pengguna media sosial, *e-commerce*, dan strategi digital lainnya yang dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas produk mereka, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan penjualan. Namun banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami atau memanfaatkan potensi pemasaran digital ini.

Perkembangan teknologi informasi yang kini semakin pesat dan sangat berpengaruh dari berbagai aspek kehidupan manusia. Hampir semua kegiatan manusia bergantung pada teknologi, seperti dunia Pendidikan, dunia bisnis, dunia pekerjaan dan lain sebagainya. Dalam dunia bisnis yang semakin berkembang pertumbuhan akan menimbulkan banyak tantangan dan peluang yang harus dihadapi oleh semua pelaku bisnis, terutama UMKM. Dimana teknologi digital telah mengubah cara manusia

dalam berkomunikasi, bertindak dan mengambil keputusan.

Maka kegiatan PKPM ini perlu dijalankan demi harapan untuk memberi suatu solusi bagi UMKM Kemplang Cap Siger dalam pengembangan hingga pembuatan media promosi dan identitas *visual*. Penunjang pendukung untuk melakukan promosi ialah membuat akun mediasosial contohnya, Instagram, Tik Tok, Facebook dan *marketplace* Shopee, selain itu untuk identitas *visual* ialah membuat logo sebagai cerminan dari UMKM desain *feed* untuk media sosial Instagram. Olehkarena itu jika cara diatas berhasil maka UMKM bisa banyak dikenali oleh masyarakat luas hingga penjualan akan meningkat dikarenakan target pasar yang dituju lebih luas sekali berpengaruh terhadap keuntungan maupun peningkatan penjualan.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Kelurahan Mulyosari merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Metro Barat, Kota Metro, Provinsi Lampung. Kelurahan ini memiliki luas wilayah 298, 50 ha dengan jumlah penduduk 3.627 jiwa yang mayoritas bersuku Jawa dan sebagian kecil bersuku Lampung dan Padang, dengan sebagian besar warganya bermatapencaharian petani/perkebun, buruh, wiraswasta/pedagang. Kelurahan Mulyosari memiliki 5 RW dan 20 RT dengan jumlah penduduk laki laki 1.843 jiwa dan perempuan 1.784 jiwa.

Fasilitas umum yang terdapat di Kelurahan Mulyosari antara lain adalah, 5 buah Masjid, serta 6 buah Mushola, 2 Sekolah Dasar, 1 Sekolah Menengah Pertama, 1

Sekolah Menengah Atas, 1 Madrasah Sanawiyah, 1 Madrasah Aliyah, Lapangan Umum (Sepak bola, basket, volley, bulu tangkis, tenis meja), Gedung Serba Guna dan lain-lain.

Lokasi Kelurahan Mulyosari cukup strategis dengan letak geografis yang mendukung berbagai aktivitas perekonomian. Mulyosari dikenal sebagai daerah yang cukup berkembang dengan jumlah penduduk yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Dikutip dari laman website dukcapil.metrokota.go.id dan Badan Pusat Statistik Kota Metro. Berikut perkembangan jumlah penduduk kelurahan mulyosari.

Selain sektor UMKM, Kelurahan Mulyosari juga memiliki potensi pertanian yang cukup menjanjikan. Tanah yang subur serta ketersediaan sumber daya air yang memadai mendukung berbagai jenis pertanian, termasuk tanaman padi, sayuran, dan buah-buahan. Hasil pertanian dari kelurahan ini tidak hanya memenuhi kebutuhan lokal tetapi juga dipasarkan ke daerah-daerah lain di sekitar Kota Metro.

Potensi lainnya yang layak untuk dikembangkan adalah pariwisata lokal berbasis budaya dan alam. Meskipun belum terlalu terkenal, Kelurahan Mulyosari memiliki keunikan budaya yang dapat menjadi daya tarik tersendiri jika dikelola dengan baik.

Tabel 1.1 Struktur Pemerintahan Kelurahan Mulyosari

No.	NAMA	JABATAN
1	YUNARTO	LURAH
2	AHMAD RIZAL WIJAYA	SEKRETARIS LURAH
3	ESMET HUZARI HS	KASI PEMERINTAHAN
4	SIGIT SUDIBYO, SE	KASI. EKOBANG
5	AGUS NADI	KASI KESRA
9	MULYONO	KETUA RW 01
10	ANWAR ROSADI	KETUA RW 02
11	NOVI RINI S.	KETUA RW 03
12	DWI ISWANTI	KETUA RW 04
13	PRAMONO	KETUA RW 05

1.1.2 Profil UMKM

UMKM Kemplang Cap Siger dimiliki oleh ibu ariah dan di kelola bersama dengan suaminya yang berlokasi di 16 polos, RW/RT 01/00, Jl Piagam Jakarta, Kel Mulyosari, Kec Metro Barat, Kota Metro, UMKM ini berdiri dari tahun 2009.

Kemplang adalah kerupuk yang terbuat dari ikan tenggiri, cumi, udang, dan tepung tapioca, kemplang berbentuk bulat-pipih dengan rasa yang gurih dan renyah saat digigit. Dalam proses pembuatannya kemplang memiliki berbagai jenis, ada yang

dibakar, di goreng, dengan minyak, atau digoreng dengan pasir.

Proses awal pembuatan dan produksi kemplang, Pertama-tama siapkan bahan pembuat adonan berupa ikan giling dan tepung sagu, komposisinya bisa 1 berbanding 2 atau sesuai selera. Biasanya menggunakan ikan segar seperti ikan gabus, ikan kakap ataupun ikan tenggiri. Selain itu, siapkan juga air dingin, bawang putih, garam dan penyedap rasa. Air dingin biasanya digunakan agar adonan yang akan dibuat lebih gurih dan renyah, namun ada juga yang menggunakan air biasa. Untuk menghasilkan kemplang yang renyah, adonan harus benar-benar merata dan tidak keras. Takaran air sebaiknya seimbang dengan jumlah bahan baku yang diadon.

1.2 Rumusan Masalah

Dari suatu penjabaran yang didapati dari latar belakang, dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu sebagai berikut:

1. Apakah UMKM Kemplang Cap Siger sudah memiliki identitas *visual* dan citra brand yang baik untuk dikenali maupun ciri khas tersendiri?
2. Apakah Media Promosi sangat perlu dibutuhkan UMKM Kemplang cap Siger?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Dari suatu latar belakang dan rumusan masalah diatas, bahwa penulis dapat menerangkan suatu tujuan penelitian yang ingin diperoleh dari terlaksananya kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat diantaranya sebagai berikut:

1. Media sosial seperti Instagram dan lainnya berperan sebagai media promosi UMKM Kemplang Cap Siger melalui desain *feed*.
2. Memiliki ciri khas upaya untuk pembeda dari produk UMKM lainnya dandapat menetapkan harga yang tinggi dalam penjualan.

1.3.2 Manfaat

Adapun manfaat yang timbul dari kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Mulyosari adalah :

1. Manfaat bagi penulis

Menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam bersosialisasi di lingkungan masyarakat dan memotivasi penulis untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya. Dapat pengalaman langsung dalam menangani masalah di lapangan.

2. Manfaat Bagi UMKM

1. Pemilik usaha mengetahui pentingnya digital marketing dalam melakukan suatu promosi untuk meningkatkan target konsumen dan penjualan.
2. Memberikan semangat kepada pemilik UMKM untuk lebih produktif sehingga mendapatkan penjualan yang tinggi dan konsumen baru yang membeli produk.

3. Manfaat Bagi IIB Darmajaya

1. Kampus Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya diketahui oleh UMKM yang ada di Kota Metro.
2. Memperkuat hubungan antara perguruan tinggi dan masyarakat, memastikan bahwa institusi Pendidikan tetap relevan dan berkontribusi terhadap pembangunan sosial.
3. Kampus Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dapat dijadikan sebagai acuan referensi untuk kegiatan selanjutnya.

1.4 Mitra yang terlibat

Mitra-Mitra yang terlibat kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. UMKM Kemplang Ibu Ariaah dengan owner Ariaah.
2. Kepala Kelurahan Mulyosari.
3. Sekretaris Kelurahan Mulyosari.
4. Kepala RW 01 hingga RW 05
5. Ibu-Ibu PKK
6. Karang Taruna kelurahan Mulyosari
7. Warga Kelurahan Mulyosari