

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. (De Yusa, 2024). Pengabdian merupakan suatu wujud kristalisasi dan integralisasi dari ilmu yang tertuang secara teoritis di bangku kuliah untuk diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat, sehingga ilmu yang diperoleh dapat diaplikasikan dan dikembangkan dalam kehidupan masyarakat luas. (Kertayasa, 2021) Tujuan utama PKPM bagi mahasiswa yaitu diharapkan dapat menjadi suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Tujuan lainnya kehadiran mahasiswa diharapkan mampu memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan. Hal ini selaras dengan fungsi perguruan tinggi sebagai jembatan (komunikasi) dalam proses pembangunan dan penerapan IPTEK pada khususnya. PKPM IIB Darmajaya semester ini bertemakan ***“Peningkatan Ekonomi Desa Menuju Masyarakat Yang Unggul Dan Tangguh Berbasis Digital”*** sesuai dengan kompetensi program studi. Pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan di Kabupaten Pesawaran selama 30 hari yang terdiri dari 339 Mahasiswa dan 49 kelompok di 2 Kabupaten atau kota yaitu kabupaten Pesawaran dan kota Metro. Masing-masing kelompok terdiri dari 6-7 orang yang terdiri dari beberapa jurusan seperti Akuntansi, Manajemen, Sistem Informasi, Teknik Informatika, Bisnis Digital dan Desain Komunikasi Visual (DKV).

Berkaitan dengan salah satu syarat kelulusan Program S1 di Kampus IIB Darmajaya, pihak kampus mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan Mata Kuliah Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) pada salah satu desa yang telah ditentukan, dimana proses secara teori yang telah diserap di Kampus senantiasa dapat diterapkan di kelurahan Karangrejo, Kecamatan Metro Utara, hal ini dinilai perlu karena begitu banyak potensi yang terdapat di Kelurahan, mulai

dari pertanian, perkebunan, industri-industri kecil menengah masyarakat dan lain-lain. Jika potensi-potensi ini dapat dikenal keluar daerah Karangrejo, banyak orang serta pengusaha-pengusaha, secara tidak langsung dapat berdampak positif dan dapat memajukan potensi daerah tersebut.

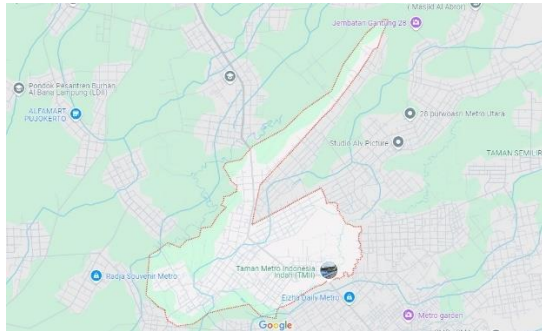
Kelurahan Karangrejo memiliki beberapa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan terdapat potensi yang bisa dikembangkan terutama di UMKM yang kami ambil yaitu olahan Keripik Tempe Zuvi milik Ibu Atun. Kami mengembangkan usaha Ibu Atun dengan cara mengimplementasikan pengetahuan dalam bidang ilmu ekonomi dan teknologi terhadap UMKM. Dikarenakan UMKM milik Ibu Inah dan Bapak Usman tersebut masih dilakukan secara manual dan sederhana baik proses produksi maupun pemasarannya serta belum berkembangnya dalam Teknologi Informasi.

Permasalahan yang dimiliki pelaku usaha olahan Keripik Tempe Zuvi yaitu mengenai permasalahan branding, pemasaran, legalitas usaha, segmen pasar dan teknologi dalam media informasi yang dituju serta kurangnya SDM juga menjadi alasan kenapa Keripik Tempe Zuvi ini masih belum dapat bersaing dengan baik dalam pasar yang tersedia. Maka dari itu kami mahasiswa PKPM IIB Darmajaya membantu UMKM dalam pengembangan berbasis digital.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka penulis berinisiatif untuk melakukan pengembangan berbasis digital dalam pemasaran keripik pisang yang dirasa mampu mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi, serta diharapkan mampu meningkatkan kualitas penjualan UMKM tersebut.

Dengan demikian hal itu menjadi tantangan bagi penulis untuk mengabdikan diri kepada UMKM dan dapat memperoleh pengalaman dan ilmu dari berbagai perbedaan dan persamaan antara teori dan praktek. Berdasarkan analisa di atas tersebut, penulis membuat Laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini dengan judul **“Membranding Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Tempe Zuvi Milik Ibu Jumiatur”**

1.1.1 Profil dan Potensi Kelurahan



Gambar 1.1 Peta Karangrejo

Kelurahan Karangrejo merupakan kelurahan terbesar yang berada di Kecamatan Metro Utara dengan luas 7,72 km² dan jumlah penduduk 8.494 jiwa. Kelurahan Karangrejo memiliki 12 RW dan 50 RT yang rata-rata berprofesi sebagai petani sayuran, hasil panennya dijual meluas ke daerah Kota Metro bahkan sampai diluar Kota Metro.

1.1.2 Profil UMKM

UMKM adalah usaha mikro kecil menengah yang istilah umumnya dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh undang-undang No. 2 tahun 2008. (Dedyanti, 2022) UMKM yang kami kembangkan selama PKPM (Praktik Kerja Penguabdian Masyarakat) adalah UMKM Keripik Tempe Zuvi, yang bertempat di Jl. Anggrek 7, RW 7 RT 26 Kelurahan Karangrejo, Kec. Metro Utara. UMKM Keripik Tempe ini sudah berdiri selama 11 tahun, tepatnya sejak tahun 2013. Pendiri UMKM Keripik Tempe Zuvi adalah Ibu Atun yang dulunya adalah seorang Ibu Rumah Tangga dan Suaminya yang adalah seorang Pembuat dan Penjual tempe. Terbentuknya ide usaha ini karna ibu Atun ingin memiliki usaha yang bahan bakunya sudah ada dan tidak perlu dibeli atau diolah dari awal, dan kebetulan sang suami adalah seorang Pembuat dan penjual tempe maka Ibu Atun berpikir untuk mengolah tempe menjadi inovasi makanan yang lebih menarik.

Pembuatan Keripik Tempe Zuvi yaitu dari tempe dan tepung, Ibu Atun membuat olahan tempe menjadi keripik tempe setiap harinya dan dijual ke minimarket dan swalayan yang ada di Metro Pusat. Namun, UMKM Keripik

Tempe Zuvi belum memiliki logo brand, legalitas usaha, dan pemasaran Online. Kami akan membantu dalam pengembangan UMKM Keripik Pisang Ambami yang ada di kelurahan Karangrejo.

Permasalahan-permasalahan dalam menjalani proses UMKM Keripik Tempe Zuvi cukup memprihatinkan dikarenakan belum ada perkembangan dan inovatif dari produknya maupun pemasarannya bahkan tidak adanya identitas usaha atau logo brand. Maka kami sebagai mahasiswa yang menjalani PKPM (Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat) di desa Sukajaya akan membantu proses pengembangan UMKM Keripik Tempe Zuvi, mulai dari membuat logo brand yang belum ada, pembuatan desain stiker kemasan yang lebih menarik, pembuatan akun instagram desain feed instagram serta foto produk, pemasaran yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi digital yang ada sekarang dan mendaftarkan nomor usaha sebagai legalitas usaha.

1.2 Rumusan Masalah

Pada UMKM Keripik Pisang Ambami ini, memiliki kekurangan dari segi pengembangannya berbasis digital. Karena belum ada pengembangan yang dilakukan masih menggunakan cara yang sederhana atau tradisional bisa dibilang kurang maksimal, oleh karena itu maka rumusan masalah yang diambil adalah :

1. Bagaimana mengembangkan UMKM Keripik Tempe Zuvi Berbasis Digital?
2. Bagaimana strategi pembuatan logo produk dapat meningkatkan pengembangan pemasaran UMKM Keripik Tempe Zuvi?
3. Bagaimana cara mendaftarkan NIB untuk mendapatkan legalitas usaha pada UMKM Keripik Tempe Zuvi?
4. Bagaimana pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai media pemasaran *online* pada UMKM Keripik Tempe Zuvi?
5. Bagaimana Redesign desain stiker Kemasan pada merek menjadi lebih menarik di UMKM Keripik Tempe Zuvi untuk media promosi?
6. Bagaimana cara mengambil foto produk dan Pembuatan desain feed isntagram yang menarik pada UMKM Keripik Tempe Zuvi?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Kegiatan

- a. Memberikan Ilmu Pengetahuan dalam bidang ekonomi dan teknologi dalam upaya meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital pada UMKM Keripik Tempe Zuvi.
- b. Memberikan pengembangan berbasis digital dalam bentuk Desain , membantu mendaftarkan legalitas usaha, digital marketing serta marketing offline.

1.3.2 Manfaat Kegiatan

- a. Manfaat Untuk Mahasiswa
 1. Meningkatkan kemandirian, disiplin, tanggungjawab dan juga sikap kepemimpinan.
 2. Dapat menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang di dapatkan dari kampus untuk masyarakat sekitar.
- b. Manfaat Bagi Usaha Keripik Tempe Zuvi
 1. Terciptanya inovasi terhadap merek yang membuat mudah diingat.
 2. Memperluas pemasaran produk Keripik Pisang melalui teknologi digital dan terjun langsung ke lapangan.
 3. Meningkatkan pendapatan pengusaha UMKM Keripik Pisang Ambami melalui inovasi produk yang lebih menarik dan mudah diingat.
- c. Manfaat bagi IIB DARMAJAYA
 1. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya Kelurahan Karangrejo.
 2. Mempromosikan Kampus IIB Darmajaya yang terkenal akan kampus berbasis Teknologi Informasi dan Ekonomi Bisnis kepada masyarakat Desa.
 3. Hasil dari laporan ini diharapkan dapat menjadi bahan literatur mahasiswa yang akan membuat laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat berikutnya.

4. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya Kelurahan Karangrejo, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro.

1.4.3 Mitra yang Terlibat

1. Kepala Kelurahan Karangrejo, Kec. Metro Utara, Kota Metro
2. Aparatur Kelurahan Karangrejo, Kec. Metro Utara, Kota Metro
3. Pemilik UMKM Keripik Tempe Zuvi Kelurahan Karangrejo, Kec. Metro Utara, Kota Metro
4. Lingkungan Sekitar
5. Pemuda Pemudi Kelurahan Karangrejo, Kec. Metro Utara, Kota Metro