

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) diharapkan dapat menjadi pengalaman belajar yang baru untuk menambah wawasan, kemampuan dan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk hidup di tengah-tengah masyarakat secara terstruktur. Dalam pelaksanaan PKPM ini, mahasiswa diharapkan dapat memberikan bantuan pemikiran, tenaga dan ilmu pengetahuan dalam pengembangan UMKM di era digitalisasi.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam roda perekonomian, terutama di era digitalisasi yang serba canggih ini. Pada era digitalisasi, UMKM bisa dijalankan melalui berbagai *platform* seperti *e-commerce*, *website* terutama media sosial. Maka dari itu, penting bagi para pelaku UMKM untuk berinovasi agar usahanya dapat bertahan di era yang serba digital ini.

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya melaksanakan PKPM dengan tema “Peningkatan Ekonomi Desa Menuju Masyarakat yang Unggul dan Tangguh Berbasis Digital”. Kegiatan PKPM dilaksanakan di Kota Metro oleh 22 kelompok yang terdiri dari 6-7 peserta pada setiap kelompoknya. Para peserta tersebar di Kecamatan yang berbeda, salah satunya adalah Kecamatan Metro Utara. Dari 22 kelompok tersebut, kelompok 22 mendapatkan penempatan di Kelurahan Purwosari yang berlangsung selama kurun waktu sebulan lamanya. Kegiatan PKPM berlanjung sejak 30Juli 2024 hingga 29 Agustus 2024.

Kelurahan Purwosari terletak di Jl, Beruang No. 1, Kelurahan Purwosari, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro, yang memiliki potensi pertanian yang beragam. Selain dalam bidang pertanian, terdapat juga beberapa UMKM yang berpotensi besar. Namun, permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM di Kelurahan Purwosari adalah terbatasnya kemampuan sumber daya manusia pada bidang teknologi, khususnya dalam hal pemasaran dan penciptaan identitas usaha.

Dari permasalahan dan kesulitan yang terjadi, maka solusi yang dapat diterapkan yaitu mengedukasi pelaku UMKM mengenai pentingnya *branding* dan *digital marketing* di era digitalisasi dengan tujuan menyadarkan para pelaku UMKM agar dapat meningkatkan keterampilan dalam penggunaan teknologi. Selain itu, memberikan inovasi dalam bidang pemasaran dan penciptaan identitas suatu bisnis dengan memanfaatkan teknologi dengan tujuan untuk mengembangkan UMKM agar memiliki jangkauan pasar yang lebih luas dan dapat bersaing dengan pelaku UMKM lainnya.

Demikian laporan ini saya buat dengan mengangkat sebuah judul **“OPTIMALISASI BRANDING DAN DIGITAL MARKETING MELALUI TEKNOLOGI DAN DESAIN KREATIF PADA UMKM DI KELURAHAN PURWOSARI”**

### 1.1.1 Profil dan Potensi Kelurahan Purwosari

Kelurahan Purwosari dipimpin oleh Bapak Sutoro. Purwosari merupakan salah satu kelurahan dari 4 kelurahan yang ada di Kecamatan Metro Utara, Kota Metro. Kelurahan Purwosari terdiri dari 7 RW, yang pada setiap RW nya memiliki potensi besar dalam sektor pertanian, maupun UMKM. Potensi dalam bidang pertanian, seperti padi, jagung, terong serta beragam jenis sayuran hijau.

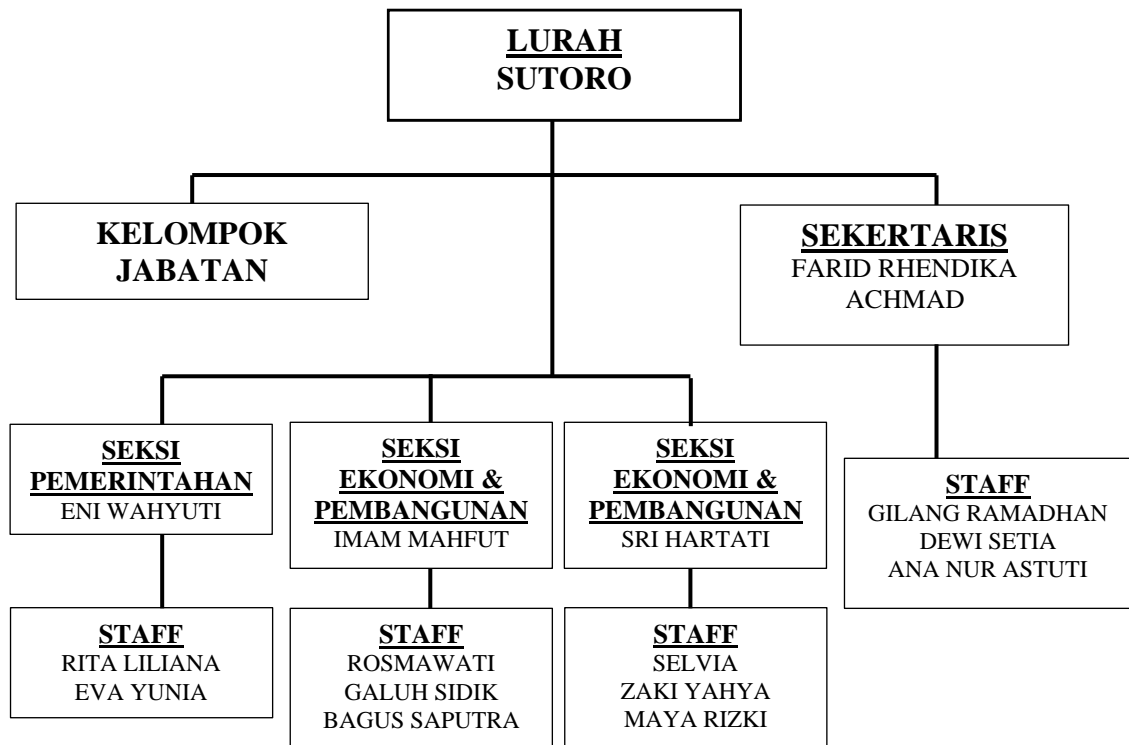
Tak hanya bidang pertanian, banyak sekali UMKM yang dapat dikembangkan pada Kelurahan Purwosari, terutama pada bidang kuliner. Kerupuk, ikan asin, makanan ringan hingga makanan berat dapat dikembangkan dan memiliki potensi besar. Kelurahan Purwosari memiliki luas wilayah sekitar 255,00 Ha dengan penduduk berjumlah 6,615 jiwa.



**Gambar 1.1** Peta IIB Darmajaya ke Kelurahan Purwosari  
(Sumber: google maps)

Adapun batas-batas Kelurahan Purwosari yaitu, sebelah utara Kelurahan Purwosari adalah Kelurahan Banjarsari, sebelah selatan Kelurahan Purwosari adalah Kelurahan Hadimulyo Timur dan Kelurahan Banjarsari, Sebelah timur Kelurahan Purwosari adalah Kelurahan Purwoasri, Sebelah barat Kelurahan Purwosari adalah Kelurahan Banjarsari. Kelurahan Purwosari memiliki beragam fasilitas, yaitu 4 sekolah dasar (SD), 6 Sekolah Menengah Pertama (SMP), 6 layanan kesehatan, 16 masjid dan mushola.

Kelurahan Purwosari didirikan pada tahun 1939 dan dipimpin oleh seorang lurah. Berikut struktur organisasi pemerintahan di Kelurahan Purwosari periode 2024.



### 1.1.2 Profil UMKM

Kelurahan Purwosari memiliki banyak sekali UMKM. UMKM ini bergerak di berbagai macam bidang, seperti agribisnis, kuliner, fashion, sampai kerajinan tangan. Kegiatan PKPM yang saya lakukan berfokus pada 2 UMKM, yaitu UMKM Seblak 3 Tete dan Cireng PMJ.

Seblak 3 Tete merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada bidang kuliner. Usaha ini dimiliki oleh Ibu Revina Putri dengan jumlah tenaga kerja dua orang. Usaha ini berdiri pada tahun 2024 dan berlokasi di perempatan Purwosari, Kelurahan Purwosari, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro. Seblak 3 Tete menjual makanan berat seperti seblak dan mie jebew, makanan ringan seperti cireng dan tahu jeletot serta aneka varian wonton. Ada juga aneka minuman mulai dari air putih, kopi, hingga es buko pandan.

Masalah yang dihadapi pada UMKM Seblak 3 Tete adalah pelaku UMKM belum memahami pentingnya *branding* dan *digital marketing* di era digitalisasi sehingga usaha ini belum memiliki identitas, serta inovasi desain lainnya guna meningkatkan daya tarik konsumen. Solusi yang saya lakukan adalah mengedukasi pentingnya *branding* dan *digital marketing* di era digitalisasi. Selain itu, saya juga memberikan inovasi logo guna menciptakan identitas usaha dan inovasi desain kreatif lainnya yang dapat menambah daya tarik konsumen, baik secara *online* maupun *offline*.

Cireng PMJ juga merupakan UMKM yang bergerak pada bidang kuliner. Usaha ini dimiliki oleh Bapak Joko Suratno dengan jumlah tenaga kerja dua orang. Usaha ini berdiri pada tahun 2024 dan berlokasi Jl. Kucing II, Kelurahan Purwosari, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro. Cireng PMJ menjual makanan ringan, yaitu cireng dengan aneka varian. Varian tersebut adalah ayam suwir, bakso pedas, usus pedas dan jando.

Masalah yang dihadapi pada Cireng PMJ adalah belum memiliki *reels* yang dapat digunakan untuk kegiatan promosi secara *online*, khususnya media sosial. Solusi yang saya lakukan adalah memberikan inovasi *reels* guna menarik minat konsumen terhadap produk secara *online* melalui video pendek kreatif.

## **1.2. Rumusan Masalah**

- a. Bagaimana meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM di Kelurahan Purwosari mengenai pentingnya *branding* dan *digital marketing* di era digitalisasi?
- b. Bagaimana meningkatkan daya tarik konsumen melalui teknologi dan desain kreatif pada UMKM di Kelurahan Purwosari?

## **1.3. Tujuan Kegiatan**

- a. Meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM di Kelurahan Purwosari mengenai pentingnya *branding* dan *digital marketing* di era digitalisasi.
- b. Meningkatkan daya tarik konsumen melalui teknologi dan desain kreatif pada UMKM di Kelurahan Purwosari.

## **1.4. Manfaat Kegiatan**

### **1.4.1 Bagi IIB Darmajaya**

- a. Meningkatkan dan memperluas kerja sama dengan instansi terkait.
- b. Meningkatkan kualitas mahasiswa yang dimiliki.
- c. Sebagai bentuk pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat.

### **1.4.2 Bagi Mahasiswa**

- a. Meningkatkan rasa tanggung jawab, disiplin serta kreatifitas yang dimiliki.
- b. Menambah pengetahuan mengenai pengembangan UMKM dengan memanfaatkan teknologi.
- c. Meningkatkan kepedulian sosial dan pengalaman bersosialisasi dalam hidup bermasyarakat.
- d. Menambah pengetahuan mengenai pengembangan UMKM dengan memanfaatkan teknologi
- e. Meningkatkan kepedulian sosial dan pengalaman bersosialisasi dalam hidup bermasyarakat.

### **1.4.3 Bagi Masyarakat Kelurahan Purwosari**

- a. Meningkatkan pengetahuan mengenai optimalisasi teknologi dalam meningkatkan UMKM.
- b. Menumbuhkan inovasi dan menambah kreativitas dalam upaya pengembangan UMKM dengan memanfaatkan teknologi.
- c. Memberikan inspirasi dalam meningkatkan potensi yang ada di Kelurahan Purwosari.

### **1.5. Mitra yang Terlibat**

- a. Lurah Kelurahan Purwosari, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro
- b. Dosen Pembimbing Lapangan
- c. Staff Pemerintahan Kelurahan Purwosari
- d. Masyarakat Kelurahan Purwosari
- e. UMKM Kelurahan Purwosari
- f. Camat Kecamatan Metro Utara
- g. Staff Pemerintahan Kecamatan Metro Utara