

BAB I

PENDAHULUAN

10.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sudah menjadi bagian dari penggerak ekonomi yang memiliki kedudukan yang sangat penting. Adanya banyak perubahan globalisasi sangat membutuhkan pendampingan perubahan oleh remaja muda sebagai tombak penggerak menuju ekonomi yang unggul berbasis teknologi. Hal ini menyebabkan masyarakat dan Pemerintah desa harus membuka dan menciptakan peluang kerja melalui ekonomi kreatif dan efektif untuk menunjang keberlangsungan hidup masyarakat-nya. UMKM seperti membuka pintu serta jendela masyarakat dalam memerangi tingkat pengangguran di Indonesia.

Dengan kreativitas dan keinginan yang tinggi akan menjadi kesempatan besar dalam menggali dan memanfaatkan potensi yang ada menjadi sumber perekonomian yang stabil dan kondusif. UMKM harus menjadi perhatian pemerintah karna dengan adanya usaha rumahan ini akan membuka bidang bisnis baru baik dalam kerajinan, makanan, sumber daya yang menghasilkan jasa, sampai pada adat dan budaya yang dapat dilestarikan melalui UMKM tersebut.

Keunikan dan tata cara tradisional yang malah mampu menghidupkan kembali adat budaya yang diturunkan leluhur nenek moyang sebagai warisan budaya serta adat istiadat yang dapat dikembangkan dan dimodifikasi oleh penggunaan teknologi untuk mempermudah dan memperluas permintaan, peminatan serta pengetahuan khalayak ramai pada usaha yang sedang dijalankan dan dikembangkan.

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan perwujudan dari salah satu pengabdian pada masyarakat yang terdapat pada Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pengabdian tersebut adalah bentuk praktik dari teori pembelajaran yang telah dilakukan selama 6 semester lamanya. Dengan pembelajaran yang telah dilaksanakan selama dikelas dengan kegiatan PKPM ini adalah bentuk merealisasikan secara optimal melalui kehidupan sehari-hari pada masyarakat dan UMKM pada desa Baturaja, kecamatan Way Lima, kabupaten Pesawaran.

Dengan dilakukannya kegiatan PKPM ini diharapkan para mahasiswa dapat memiliki dan mendapatkan pengalaman dan pengajaran baru untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Serta masyarakat mengharapkan dengan adanya kehadiran mahasiswa PKPM ini dapat memberikan motivasi dan inovasi di bidang sosial. Hal ini sesuai dengan peran Perguruan Tinggi sebagai jembatan (komunikasi) dalam proses pembangunan dan perubahan yang khususnya dalam penerapan ilmu bisnis berbasis teknologi.

Digitalisasi pemasaran adalah proses mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi dan praktik pemasaran untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan jangkauan. Ini mencakup berbagai teknik dan alat yang memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen secara online, mengumpulkan dan menganalisis data, serta mengelola kampanye pemasaran secara lebih efektif.

Menurut pendapat Stokes (2011) pemasaran digital mendorong sebuah permintaan dengan menggunakan media internet yang merupakan media interaktif. (jurnal.stiekma.ac.id)

Menurut pendapat Elida T (2019) Pada pemasaran digital memungkinkan terjadi juga pertukaran mata uang tetapi juga menciptakan nilai pada produk atau jasa tersebut.

Pemasaran digital juga memiliki beberapa istilah yang berbeda tetapi memiliki arti yang sama yaitu dengan istilah-istilah online marketing, internet marketing, dan web marketing. (jurnal.stiekma.ac.id)

Pemasaran digital yang dapat meningkatkan penjualan memiliki fungsi (a) Sebagai alat penjualan (b) sebagai pelayanan konsumen (c) sebagai alat berkomunikasi (d) sebagai efisiensi biaya (e) sebagai alat pengembang merk (Elida T, 2019). Pemasaran digital dapat dilakukan dengan berbagai taktik dan alat yang tersedia untuk membantu bisnis dalam pasar online, yaitu: (a) Affiliate Marketing, ada nilai dari situs atau setiap individu yang memiliki kerja sama untuk mempromosikan bisnis tersebut, (b) Tampilan iklan, iklan online dalam berbagai format berupa banner, kalimat, gambar, dan video dalam website, (c) konten pemasaran, membuat dan membagikan konten yang bermanfaat dan relevan untuk mencapai target pemasaran, (d) Search Engine Marketing atau SEM, meningkatkan pengunjung website dan menampilkan website dalam laman pencarian dengan cara berbayar, (e) mobile marketing, menjangkau konsumen melalui ponsel atau tablets, (f) email marketing, menjangkau langsung konsumen langsung melalui email menggunakan kalam dan media yang interaktif, (g) social media marketing, menjangkau konsumen melalui sosial media seperti facebook, twitter, instagram, linkedin untuk meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan sales, serta meningkatkan pengunjung website, (h) Search Engine Optimization atau SEO, mengoptimasi website untuk meningkatkan tampilan dalam kotak pencarian dengan organik atau tidak berbayar, (i) Analytics, seluruh proses dari penggunaan perangkat untuk melacak dan menganalisa kebiasaan dari pengunjung website untuk strategi pemasaran. (Smart Woman, 2017).

Pada program Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini penulis ditempatkan di desa Baturaja, kecamatan Way Lima, kabupaten Pesawaran, Lampung. Salah satu dilaksanakannya kegiatan PKPM di kecamatan Way Lima tepatnya di desa Baturaja mengarah pada kegiatan bermasyarakat, melestarikan budaya lampung, membantu aparatur desa dalam mengelola web desa (*smart village*), dan membantu mengembangkan usaha kecil dan rumahan seperti UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH yang dimiliki oleh bapak Iriyanto sebagai pemilik dan pengelola usaha TAPIS KERIPIK LAMPUNG BU SATIH yang telah berdiri sejak tahun 2018 dan sudah mulai merambah ke dunia digital untuk membantu memasarkan produk dan sebagai alat hitung melalui bantuan dari pemerintah setempat (kabupaten Pesawaran) untuk memberdayakan produk warga sekitar dengan ini melalui UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH. Dengan telah memasuki era digitalisasi UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH ternyata masih belum peka terhadap pemasaran digital untuk mengikuti arus teknologi pada sebuah usaha yang harusnya di perhatikan untuk menjamin keberlangsungan UMKM dalam memenuhi permintaan pelanggan baik secara *offline* maupun *online*.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas penulis menginisiasi bahwa pemasaran digital saat ini sangat penting dalam setiap usaha kecil maupun besar, sehingga segala aspek digital seperti pemasaran secara online maupun penjualan online demi keberlangsungan jalannya dan berkembangnya UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH. Tujuan dari pada pemasaran digital tersebut adalah untuk membantu UMKM dalam melakukan promosi secara digital dan merambah pada penjualan online sebagai upaya memperluas cakupan pelanggan di seluruh daerah untuk memperbesar keuntungan pada UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH.

Tujuan lainnya adalah agar mahasiswa memperoleh pengalaman belajar yang berharga melalui keterlibatan dalam masyarakat, dan secara langsung dapat menemukan, mengidentifikasi, merumuskan, serta memecahkan masalah yang diharapkan dengan berjalannya kegiatan ini dapat membangun kepekaan rasa dan pengetahuan sosial.

Berdasarkan Analisa di atas, penulis membuat laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat ini dengan judul **“PEMASARAN DIGITAL PADA PRODUK UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH DESA BATURAJA KECAMATAN WAYLIMA KABUPATEN PESAWARAN”**.

10.1.1. Profil dan Potensi Desa

Pada zaman sebelum era transformasi Desa Baturaja, kecamatan Way Lima, kabupaten Pesawaran ini adalah nama yang berasal dari batu yang terletak di Sungai desa Baturaja yang di-Sakralkan oleh masyarakat setempat sehingga batu tersebut menjadi tempat yang suci dimana seorang Raja Saibatin bersemedi, maka dari itu terbentuklah nama desa Baturaja.

Desa Baturaja secara geografis terletak di kecamatan Way Lima, kabupaten Pesawaran, provinsi Lampung. Yang dibentuk pada 2 februari 2003 oleh Raja yang menjadi Kepala Desa pertama pada saat itu hingga sekarang pada saat kepemimpinan Bapak Amrullah,S.E selaku ketua desa terpilih pada tahun 2021 lalu.

Desa Baturaja ini memiliki pembagian wilayah sebanyak 7 Dusun dan dibagi menjadi 14 RT. Desa baturaja termasuk kedalam wilayah administratif kecamatan Way Lima, dan merupakan salah satu dari beberapa desa yang terletak di kecamatan Way Lima ini. Penduduk desa Baturaja dengan mayoritas bersuku lampung merupakan penduduk lokal yang telah tinggal disini sejak sebelum terbentuknya desa baturaja hingga terjadi pemekaran desa seperti sekarang. Penduduk desa baturaja mayoritas bekerja dan mencari sumber penghasilan melalui bertani dan berkebun.



Gambar 1.1 Profil Desa Baturaja

Nama Desa/Kelurahan	Baturaja
Kecamatan	Waylima
Kabupaten/Kota	Pesawaran
Provinsi	Lampung
Jumlah Penduduk Laki-Laki	1.747
Jumlah penduduk perempuan	1.797
Total Penduduk	3.544
Jumlah KK	1.028
Luas Wilayah	3.478,25 Ha

Gambar 1.2 Geografis Desa



Gambar 1.3 Peta Desa



Gambar 1.4 Struktur Desa

- a) Infrastruktur di desa Baturaja masih dalam tahap pengembangan. Terdapat fasilitas-fasilitas seperti jalan, sekolah, dan puskesmas yang mendukung kehidupan sehari-hari warga desa. Jalan utama menghubungkan desa ini dengan pusat kecamatan dan kabupaten.
- b) Desa Baturaja memiliki potensi besar dalam sektor pertanian dan perkebunan. Tanah di desa ini sangat subur, cocok untuk berbagai jenis tanaman pangan. Petani lokal telah lama mengandalkan pertanian sebagai mata pencaharian utama mereka. Pemerintah desa bersama pihak terkait dapat mengembangkan program pelatihan dan bantuan teknis untuk meningkatkan hasil panen dan kualitas produk.

10.1.2. Profil UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam Pembangunan ekonomi yang ada di Indonesia. UMKM juga memiliki potensi lebih besar dalam menanggulangi Tingkat pengangguran yang semakin tahun semakin meningkat. Keripik Lampung Bu Satih adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang didirikan pada tahun 2015 oleh Roni dan Satih. Berlokasi di jalan raya way lima desa Baturaja Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran Lampung yang kaya akan tradisi dan budaya. Produk dari Keripik Lampung Bu Satih umumnya berbahan dasar singkong dan juga pisang dengan 2 varian rasa yaitu original dan pedas. Berkomitmen untuk memproduksi keripik dengan berbahan dasar singkong atau pisang dengan kualitas terbaik demi memuaskan pelanggan. Keripik Lampung Bu Satih hanya di produksi oleh 2 orang yaitu Roni dan Satih selaku pemilik UMKM ini sendiri, terdapat karyawan tambahan pada hari hari tertentu saat produksi keripik dalam jumlah besar. Penjualan yang dilakukan oleh UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH hanya dipasarkan disekitar lingkungan desa Baturaja saja.

Oleh karena itu penulis menyarankan untuk melakukan suatu gebrakan dengan adanya pemasaran digital melalui sosial media maupun penjualan online sebagai upaya mencakup pelanggan yang lebih luas.



Gambar 1.5 Profil UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH

10.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan di atas penulis merumuskan masalah dalam penelitian UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH ini , yaitu :

1. Bagaimana cara meningkatkan penjualan produk UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH?
2. Bagaimana cara pemasaran digital produk UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH agar dapat diketahui banyak pelanggan ?

10.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Ada pula tujuan dari penelitian UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH ini, yaitu :

1. Untuk meningkatkan penjualan produk UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH dalam keuntungan
2. Untuk memperluas jangkauan promosi penjualan UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH dengan pemasaran digital

1.3.2 Manfaat

1. Manfaat bagi Institut informatika dan bisnis darmajaya
 - a. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian institut informatika dan bisnis darmajaya kepada Masyarakat desa baturaja , kecamatan way lima , kabupaten pesawaran, lampung
 - b. Mempromosikan kampus institut informatika dan bisnis darmajaya yang dikenal dengan kampus bebrbasis bisnis dan teknologi oleh Masyarakat desa baturaja , kecamatan way lima , kabupaten pesawaran, lampung
 - c. Hasil laporan ini diharapkan menjadi literatur mahasiswa yang akan membuat laporan praktik kerja pengabdian Masyarakat berikutnya
2. Manfaat bagi mahasiswa
 - a. Menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa yang dapat digunakan dimasa depan atau Ketika terjun didunia nyata
 - b. Melatih pola pikir mahasiswa dan pemecahan masalah terhadap situasi yang sedang dihadapi serta menumbuhkan sifat kemandirian, kedisiplinan, tanggung jawab, kerja sama, dan kepemimpinan
 - c. Mendapatkan pengetahuan baru dibidang kuliner makanan ringan UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH
3. Manfaat bagi UMKM
 - a. Membantu pemilik UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH dalam meningkatkan penjualannya
 - b. Membantu membangun dan mengembangkan usaha UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH
 - c. Membantu pemasaran digital guna memperluas jangkauan pelanggan tentang produk pada UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATI

10.4 Mitra yang Terlibat

Kegiatan praktik kerja pengabdian Masyarakat (PKPM) ini dapat berjalan dengan lancar karena adanya mitra yang terlibat, diantaranya :

1. Bapak Amrullah S.E selaku kepala desa baturaja
2. Bapak Redi Setiawan selaku sekretaris desa baturaja
3. Bapak Novi Yansyah selaku kepala dusun 03 desa baturaja
4. Seluruh aparat desa baturaja
5. Bapak Roni dan Ibu Satih selaku pemilik UMKM KERIPIK LAMPUNG BU SATIH