

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya fakultas Ekonomi dan Bisnis menerapkan program PKPM (Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat). PKPM merupakan suatu bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat, yaitu sebagai salah satu cara mengaplikasikan apa yang sudah diterima selama di dalam perkuliahan. Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat bagi mahasiswa diharapkan dapat menjadi suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Bagi masyarakat, kehadiran mahasiswa diharapkan mampu memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan. Dalam kaitannya dengan penelitian, mahasiswa diajak untuk menelaah dan merumuskan permasalahan yang terjadi di masyarakat serta mencari solusi untuk masalah.

Media sosial sebagai sarana promosi berawal dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat, terutama dengan munculnya internet dan platform media sosial. Media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan Twitter telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, tidak hanya untuk berinteraksi secara personal, tetapi juga untuk aktivitas bisnis, termasuk promosi produk.

Pada awalnya, promosi bisnis lebih banyak dilakukan melalui media tradisional seperti televisi, radio, koran, atau baliho. Namun, media ini memiliki keterbatasan, terutama dari segi biaya dan jangkauan audiens yang terbatas.

Melalui pemanfaatan media sosial, Klanting Getuk Gepeng dapat lebih mudah memperkenalkan produk khas mereka ke pasar yang lebih luas. Strategi ini tidak hanya memungkinkan produk mereka dikenal oleh konsumen di luar daerah, tetapi juga memberi kesempatan untuk menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, seperti distributor, reseller, dan mitra bisnis lainnya yang bergerak dalam industri makanan dan oleh-oleh tradisional.

Selain itu, penggunaan e-commerce memungkinkan UMKM ini untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, website, dan marketplace. Interaksi ini penting untuk membangun loyalitas pelanggan, mendapatkan masukan konsumen, serta menyesuaikan produk dengan selera pasar yang lebih luas. Melalui fitur-fitur seperti review, rating, dan feedback yang tersedia di platform e-commerce, UMKM dapat terus melakukan perbaikan kualitas produk dan layanan berdasarkan tanggapan konsumen.

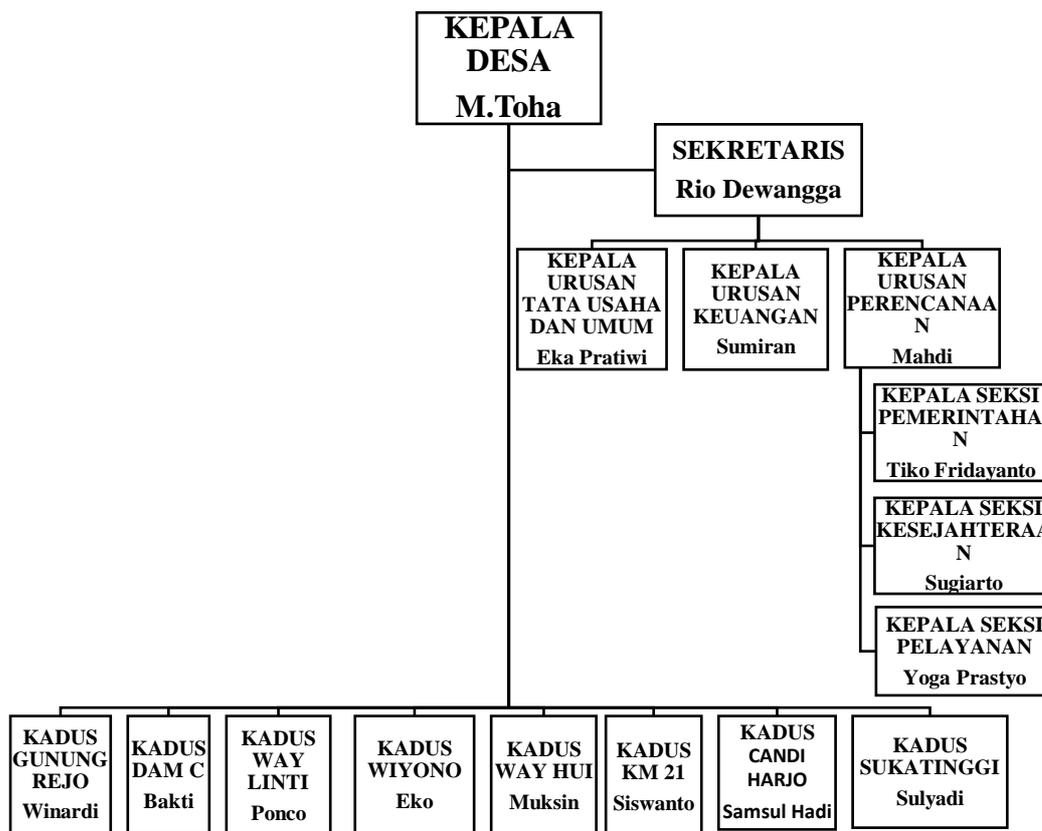
Dengan demikian, penelitian ini akan mengkaji berbagai aspek terkait implementasi e-commerce dalam bisnis Klanting Getuk Gepeng di Desa Wiyono. Penelitian ini meliputi analisis kesiapan UMKM dalam menghadapi transformasi digital, potensi pasar yang dapat dijangkau melalui e-commerce, serta strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan. Diharapkan, hasil dari penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi UMKM dalam memanfaatkan e-commerce sebagai alat untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, latar belakang

ini menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce merupakan langkah strategis yang harus diambil oleh UMKM Klanting Getuk Gepeng. Dengan mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang yang ada, UMKM ini dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin digital dan kompetitif. Hal ini tidak hanya akan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Wiyono, tetapi juga berkontribusi pada penguatan perekonomian nasional melalui pengembangan UMKM yang lebih mandiri dan berdaya saing tinggi.

Sebagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat mahasiswa mengumpulkan ilmu, teknologi, dan ekonomi untuk memecahkan masalah tersebut dan menanggulangnya. Atau dapat dikatakan bahwa Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat membantu dalam membangun masyarakat.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

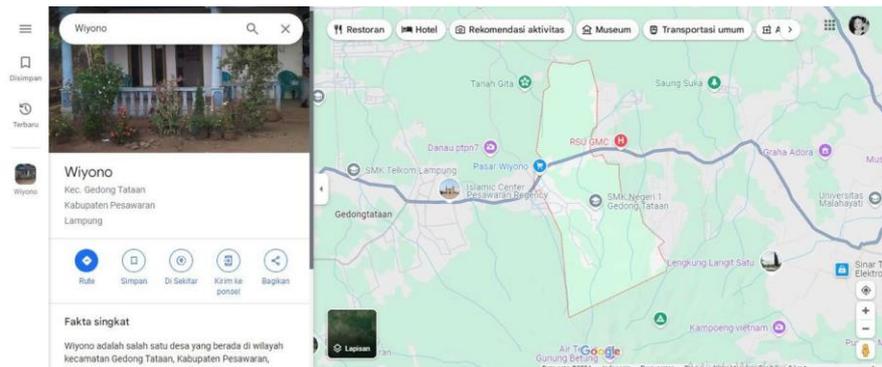
Berikut Struktur Organisasi Tata Kerja Desa Wiyono Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran.



Bagan 1. 1 Struktur Organisasi Desa Wiyono

Desa Wiyono adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran. Desa Wiyono sendiri terbentuk karena adanya pemekaran dari desa kebagusan, tepatnya pada 05 Juni 1987. Pada saat itu desa wiyono masih masuk kedalam jajaran dusun di desa kebagusan. Awal terbentuknya Desa Wiyono pada saat itu masih menempati balai desa yang sebelumnya ditempati oleh sekretariat Desa Kebagusan. Kemudian Desa Kebagusan memutuskan untuk membangun kembali balai desanya di Dusun Kampung Sawah. Secara administratif, Desa Wiyono memiliki luas 1912 ha dan saat ini terbagi menjadi 8 (delapan) dusun aktif yaitu Dusun Wiyono, Dusun Candi Harjo, Dusun Way Linti, Dusun KM 21, Dusun Dam C, Dusun Gunung Rejo, Dusun Sukatinggi dan Dusun Way Hui.

1. Sebelah Utara berbatasan langsung dengan Desa Tanjung Rejo dan juga Taman Sari
2. Sebelah Timur berbatasan langsung dengan Desa Sukabanjar dan Desa Negeri Sakti
3. Sebelah Barat berbatasan langsung dengan Desa Kebagusan dan Desa Tanjung Rejo, dan
4. Sebelah Selatan berbatasan langsung dengan Desa Bogorejo dan Kota Bandar Lampung



Gambar 1. 1 Lokasi Desa Wiyono

Tabel 1. 1 Data Penduduk

Data Umum	Keterangan
Jumlah Penduduk	6429 jiwa
a. Laki-laki b. Perempuan	3365 jiwa 3065 jiwa
Jumlah KK	1618

1.1.2 Profil UMKM

Tabel 1. 2 Profil UMKM

Nama Pemilik	Jumar
Nama Usaha	Klantung Getuk Gepeng

Alamat Usaha	Dusun Candiharjo
Jenis Usaha	Makanan Ringan
Jenis Produk	Cemilan
Skala Usaha	Usaha Mikro
Tahun Berdiri	2016
Produk Yang Ditawarkan	Klantung Getuk
Jumlah Tenaga Kerja	2 Orang
No.Telpon	0812-7813-4415

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan permasalahan yang ada yaitu Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pada UMKM Klantung Ketuk Gepeng.

1.3 Manfaat & Tujuan

1.3.1 Tujuan

Pemanfaatan Media Sosial bertujuan untuk mendukung penjualan dalam memasarkan produk UMKM sebagai saran media promosi produk.

1. Meningkatkan Kesadaran Merek (Brand Awareness): Media sosial memungkinkan UMKM Klantung Getuk Gepeng memperkenalkan produk kepada audiens yang lebih luas, baik di lingkup lokal maupun nasional. Dengan memanfaatkan konten yang kreatif dan menarik, produk ini dapat menjadi lebih dikenal di kalangan masyarakat, sehingga meningkatkan pengenalan terhadap produk.

2. Meningkatkan Penjualan: Promosi yang efektif di media sosial dapat menarik minat calon pelanggan baru, mendorong pembelian produk secara langsung melalui platform media sosial, atau mengarahkan mereka ke toko fisik atau online. Tujuan akhirnya adalah meningkatkan pendapatan UMKM.
3. Memperluas Jangkauan Pasar: Media sosial memberikan kesempatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada daerah sekitar, tetapi juga ke berbagai kota bahkan luar negeri. Dengan promosi yang tepat, produk khas seperti Klanting Getuk Gepeng bisa menarik perhatian konsumen dari berbagai wilayah.

1.3.2 Manfaat

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat, IIB Darmajaya, Mitra yang terlibat dan mahasiswa sebagai berikut:

a. Masyarakat

- Mempermudah mendapat informasi terkait UMKM.
- Mendapat bantuan tenaga & pikiran untuk melaksanakan pembangunan di masyarakat yang berada di bawah tanggung jawab pemerintah.

b. IIB Darmajaya

- Sebagai referensi tambahan pengetahuan terkait salah satu UMKM yang ada di Desa Wiyono.
- Sebagai bentuk pengabdian mahasiswa IIB Darmajaya terhadap masyarakat Desa Wiyono Kec. Gedong Tataan Kab. Pesawaran.

c. Mahasiswa

- Memperoleh pengetahuan baru terkait bidang usaha mikro kecil menengah Klanting Getuk Gepeng termasuk pembelajaran dari proses awal sampai dengan selesai.
- Memperdalam pengetahuan tentang manfaat penggunaan media sosial.
- Melatih pola pikir mahasiswa serta pemecahan masalah terhadap situasi yang sedang dihadapi.
- Menjadi sarana pembelajaran mahasiswa terhadap bidang sosial hingga menyalurkan ilmu yang telah didapatkan dari kampus kepada masyarakat setempat.

d. Mitra yang Terlibat

Pada kegiatan PKPM tersebut melibatkan mitra UMKM Klanting Getuk Gepeng dan masyarakat di Desa Wiyono, Kecamatan Gedong Tataan Kab. Pesawaran.