

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

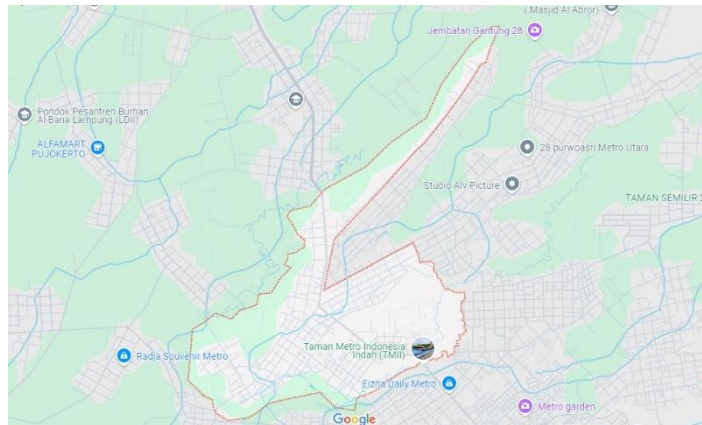
Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. Pengabdian merupakan suatu wujud kristalisasi dan integralisasi dari ilmu yang tertuang secara teoritis di bangku kuliah untuk diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat, sehingga ilmu yang diperoleh dapat diaplikasikan dan dikembangkan dalam kehidupan masyarakat luas. PKPM 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 ekonomi dan sosial kemasyarakatan. Hal ini selaras dengan fungsi perguruan tinggi sebagai jembatan (komunikasi) dalam proses pembangunan dan penerapan IPTEK pada khususnya.

Pihak kampus mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan Mata Kuliah Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) pada salah satu kampus yang telah ditentukan, dimana proses secara teori yang telah diserap di Kampus senantiasa dapat diterapkan di Desa Karang rejo, Kec. Metro Utara, Kota Metro, Prov. Lampung. Didalam Lingkungan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ada beberapa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), saya memilih UMKM tempe untuk mengembangkan usaha bisnisnya dan mengimplementasikan pengetahuan dalam bidang ekonomi (PEMASARAN) kepada UMKM yang saya pilih. usaha produksi kripik tempe dengan proses yang masih manual dan sederhana. Usaha ini sudah cukup banyak diminati oleh masyarakat sekitar wilayah desa Karang rejo karena terdapat banyak yang membeli dari citra rasa kedelai yang khas bagi pengonsumsi. Pada umkm kripik tempe Ibu Jatmaiatun untuk pemasarannya masih kurang luas sehingga masyarakat didesa karang rejo belum banyak mengenal produk tempe zuvi. pemasaran produk ini masih terbatas dan belum sepenuhnya optimal. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah sulitnya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Melihat pentingnya peran strategi pemasaran dalam keberhasilan suatu usaha, diperlukan pendekatan yang lebih efektif untuk mengenalkan Kripik Tempe Zuvi kepada masyarakat yang lebih luas.

Disini saya membantu produksi dari pembuatan dasar Tempe, proses pengemasan, serta pemasaran produk secara offline guna meningkatkan nilai ekonomi dari produk tersebut. Berdasarkan Uraian diatas saya mengangkat judul “ **STRATEGI PEMASARAN KRIPIK TEMPE ZUVI: UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI KONSINYASI DI DESA KARANG REJO**”. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah konsinyasi diartikan sebagai kegiatan penitipan barang dagangan kepada agen atau orang untuk dijualkan dengan pembayaran kemudian (titip jual) (Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, 2008:726). Utoyo Widayat memberikan pengertian yang lebih lengkap mengenai penjualan konsinyasi, yaitu pengiriman atau penitipan barang dari pemilik barang kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjualan dengan memberikan komisi atas penjualan yang dilakukan. .Saya mencoba memberikan pengetahuan saya kepada pemilik usaha “Kripik tempe” agar lebih diminati oleh masyarakat yaitu dengan Pemasaran langsung (SELLER) agar informasi seputar produk UMKM tersebut dapat infokan sangat jelas. Kecamatan Metro utara adalah salah satu bagian dari wilayah Kabupaten lampung tengah. Kecamatan Metro Utara di Desa karang Rejo yang berjarak 12 Km dari Kabupaten lampung tengah. Hal ini dinilai perlu untuk melaksanakan kegiatan ini karena begitu banyak potensi yang terdapat di Desa Karang rejo, Desa Karang rejo dari mulai pertanian, industri-industri kecil menengah masyarakat, pengrajin dan lain-lain. Jika potensi-potensi ini dapat dikenal keluar Desa Karang rejo, Desa Karang rejo dan diketahui banyak orang serta pengusaha-pengusaha, secara tidak langsung dapat berdampak positif dan dapat memajukan potensi daerah tersebut.

UMKM yang berbasis di Desa Karang Rejo berdiri sejak 2013. Kripik Tempe Zuvi menghadapi beberapa tantangan dalam mengembangkan usahanya. Salah satu masalah utamanya adalah jangkauan pemasaran yang masih terbatas di sekitar Desa Karang Rejo dan Kecamatan Metro Utara. Akibatnya, produk ini belum dikenal luas oleh masyarakat di luar daerah tersebut. Selain itu, Kripik Tempe Zuvi juga kesulitan meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan yang semakin meningkat, karena peralatan yang terbatas dan kurangnya tenaga kerja. Pengemasan produk yang belum maksimal dan juga menjadi kendala dalam memperluas pasar dan menarik lebih banyak konsumen. Dengan adanya permasalahan di atas sesuai dengan tujuan PKPM, saya mahasiswa dari jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Darmajaya periode 2024. Saya pun termotivasi untuk mengatasi masalah pada UMKM tersebut.

1.1.1 Profil Desa dan Potensi Desa



Sumber 1.1.1 Googel map Kelurahan Karang Rejo

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.

PKPM merupakan kegiatan mahasiswa sebagai syarat mata kuliah sekaligus sarana pengembangan ide kreatif dalam pemanfaatan teknologi informasi guna meningkatkan ketahanan masyarakat. Program kegiatan PKPM IIB Darmajaya adalah untuk membantu pendidikan didesa, sosialisasi pentingnya menabung dan baahaya gadget, membantu kegiatan di desa dan penerapan teknologi informasi bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

1.1.2 Struktur Organisasi Pemerintahan Kelurahan Karang Rejo

STRUKTUR ORGANISASI PEMERINTAHAN KELURAHAN KARANG REJO



Gambar 1.1.2 Struktur Organisasi

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apa saja faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran melalui konsinyasi?
- b. Bagaimana strategi konsinyasi dapat meningkatkan penjualan Kripik Tempe Zuvi di Desa Karang Rejo?
- c. Bagaimana kondisi pemasaran Kripik Tempe Zuvi saat ini di Desa Karang Rejo

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Kegiatan

- a. Menganalisis kondisi pemasaran Kripik Tempe Zuvi di Desa Karang Rejo sebelum penerapan strategi konsinyasi.
- b. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi konsinyasi dalam pemasaran Kripik Tempe Zuvi.
- c. Mengembangkan dan menerapkan strategi konsinyasi yang efektif untuk meningkatkan penjualan Kripik Tempe Zuvi.

1.3.2 Manfaat Kegiatan

- a. Manfaat Bagi IIB Darmajaya
 - IIB Darmajaya dapat menjadikan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini sebagai bahan evaluasi hasil pendidikan yang selama ini telah diselenggarakan.
 - Sebagai bentuk pengabdian Mahasiswa IIB Darmajaya terhadap masyarakat di Desa Hanura yang dapat terlihat dan dirasakan langsung oleh masyarakat.
 - Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini dapat menjadi media promosi dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap IIB Darmajaya.

- b. Manfaat Bagi Mahasiswa

Berikut adalah beberapa manfaat pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) bagi Mahasiswa antara lain sebagaiberikut :

- Mahasiswa mendapatkan pelajaran dan pengalaman tentang kemandirian, kedisiplinan, kerjasama, tanggungjawab dan kepemimpinan.

- Menambah wawasan dan pengalaman Mahasiswa dalam bersosialisasi di lingkungan masyarakat.
- Melatih pola pikir Mahasiswa dalam pemecahan masalah terhadap situasi yang sedang dihadapi.
- Kegiatan ini juga memotivasi untuk dapat mengembangkan potensi yang dimilikinya.

c. Manfaat Bagi Masyarakat

Selain bermanfaat bagi institusi dan Mahasiswa IIB Darmajaya, pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini juga memberikan beberapa manfaat bagi warga Desa Karang Rejo. Manfaat tersebut antara lain sebagai berikut :

- Pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini memberi inspirasi bagi masyarakat dalam upaya pemanfaatan potensi yang ada di Desa Karang Rejo.
- Inovasi yang dilakukan pada Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini diharapkan dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dalam bidang teknologi dan perekonomian masyarakat.
- Masyarakat dapat mengenal dan mengembangkan pengetahuannya tentang teknologi informasi dan manajemen bisnis.

1.4 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