

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat yang sangat berpengaruh dalam strategi pemasaran produk. Dengan pertumbuhan pesat pengguna media sosial di seluruh dunia, perusahaan dan pelaku usaha kecil maupun besar mulai memanfaatkan platform-platform ini untuk meningkatkan jangkauan pasar mereka dan berinteraksi dengan konsumen secara langsung. Media sosial memberikan kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional.

Shopee, sebagai salah satu platform *e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara, menawarkan integrasi yang mendalam dengan media sosial dalam strategi pemasaran. Shopee telah dikenal luas karena kemudahan penggunaan, fitur yang ramah pengguna, serta berbagai alat promosi yang memungkinkan penjual untuk memasarkan produk mereka secara efektif. Dengan fitur-fitur seperti iklan berbayar, kampanye promosi, dan integrasi media sosial, Shopee menjadi platform yang ideal untuk memanfaatkan potensi media sosial dalam pemasaran.

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kelurahan Purwoasri ialah kurangnya pengetahuan masyarakat sekitar akan teknologi yang berdampak pada sulitnya mengikuti perubahan zaman, sehingga hal ini berpengaruh terhadap cara mereka dalam memasarkan produknya. Dengan adanya pelatihan tentang **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PRODUK MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE**, diharapkan dapat memberikan ilmu serta keterampilan bagi mereka dalam memanfaatkan Media sosial di zaman Yang semakin modern ini.

Dari latar belakang diatas, pelatihan yang dibuat sangat relevan. Hal ini dapat memberikan wawasan kepada pelaku UMKM di kelurahan Purwoasri dengan cara memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan penjualan produk mereka agar lebih efisien dan terjangkau.

### 1.1.1 Profil Desa



**Gambar 1. 1 Peta Kelurahan Purwoasri**

Kelurahan Purwoasri adalah Kelurahan hasil pemekaran dari Kelurahan Purwosari. Kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Metro Utara. Sebelah Utara Berbatasan dengan Kelurahan Banjarasari, Sebelah Selatan dengan Kelurahan Karangrejo sebelah Timur dengan Desa Kalibening Pekalongan Lampung Timur dan Sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Purwosari Kecamatan Metro Utara dengan luas wilayah +- 842,69 ha terdiri dari pemukiman umum, sawah, ladang pekarangan, perkebunan, rawa dan bendungan.

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, membantu kegiatan di desa dan penerapan teknologi informasi bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dalam pelaksanaan PKPM sendiri Kelurahan Purwoasri merupakan salah satu wilayah PKPM. IIB

Darmajaya yang saat ini saya singgahi. Letak Kelurahan ini berada di Kecamatan Metro Utara.

### **1.1.2 Profil UMKM**

UMKM adalah usaha kecil menengah yang istilah umumnya dalam dunia ekonomi merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh undang-undang No. 2 tahun 2008. Berikut beberapa profil UMKM yang telah kami kunjungi :

#### **1. UMKM Sulam Kerawang Ibu Risitina Suyadi**

Usaha ini fokus pada pembuatan sulam kerawang, sebuah kerajinan tangan yang memerlukan keterampilan tinggi. Ibu Risitina Suyadi telah menjalankan usaha ini selama bertahun-tahun dan dikenal sebagai salah satu pengrajin sulam kerawang yang handal di daerahnya. Produk-produknya meliputi berbagai jenis pakaian dan taplak meja yang dihiasi dengan sulaman indah, yang hanya dipasarkan secara lokal tetapi juga memiliki potensi besar untuk diekspor. Sulam Kerawang buatan Ibu Ristina memiliki daya tarik estetika yang tinggi dan menunjukkan kehalusan budaya lokal.

#### **2. UMKM Dwi Putri Bapak Heriono**

UMKM ini memproduksi minuman kesehatan berbahan alami, yang diformulasikan untuk meningkatkan daya tahan tubuh dan vitalitas. Bapak Heriono memulai usaha ini dengan mengelola bahan-bahan tradisional seperti jahe, kunyit, dan rempah-rempah lainnya. Produk minuman kesehatan ini telah mendapat sambutan baik dari masyarakat, terutama dimasa pandemi ketika permintaan akan produk lesehatan alami meningkat. Dengan strategi branding dan pemasaran yang tepat, produk minuman kesehatan Dwi Putri berpotensi meraih pasar yang lebih luas, baik di dalam maupun luar daerah.

#### **3. UMKM Kacang Ibu Ponariatun**

UMKM ini berfokus pada produksi peyek kacang, makanan ringan tradisional yang populer di Indonesia. Ibu Ponariatun telah mengembangkan usaha ini dengan menggunakan resep turun-menurun, yang membuat peyeknya memiliki citra rasa gurih dan renyah yang khas. Produk ini menjadi favorit di kalangan warga setempat dan telah dikenal luas karena kualitasnya. Meskipun masih berskala *mikro*, usaha ini memiliki potensi besar untuk berkembang dengan strategi pemasaran yang lebih luas, termasuk melalui platform digital.

4. **UMKM Bakso Kering Bapak Bonari**

UNKN Bapak Bonari memproduksi bakso kering, sebuah inovasi dari makanan bakso yang biasanya disajikan dengan kuah. Bakso kering ini memiliki tekstur renyah di luar namun tetap lembut di dalam, membuatnya menjadi cemilan yang unik dan digemari banyak orang. Bapak Bonari berusaha untuk terus meningkatkan kualitas dan variasi produknya agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas, khususnya melalui penjualan online yang saat ini mulai ia rintis.

5. **UMKM Lebah Madu Bapak Sutrisno**

UMKM Lebah Madu bergerak dalam produksi madu alami yang dihasilkan dari peternakan lebah lokal. Madu yang dihasilkan dikenal memiliki kualitas tinggi karena dipanen langsung dari sarang lebah yang dibudidayakan secara tradisional. Selain madu, usaha ini juga menghasilkan produk turunan seperti propolis dan lilih lebah. Produk-produk ini tidak hanya dijual pasar lokal tetapi juga diminati oleh konsumen dari luarnya daerah karena manfaat kesehatannya yang tinggi. Bapak Sutrisno pemilik usaha Lebah Madu memiliki semangat yang tinggi untuk usahanya lewat pemasaran digital, beliau juga sering mengikuti berbagai pelatihan untuk memajukan usahanya.

6. **UMKM Untir-Untir Bapak Widarno**

Bapak Widarno mengelola usaha pembuatan untir-untir, cemilan tradisional berbentuk spiral yang terbuat dari adonan tepung dan gula. Usaha ini telah bertahan selama beberapa generasi dan tetap menjadi favorit di kalangan masyarakat lokal. Untir-untir buatan Bapak Widarno dikenal dengan kerenyahannya dan rasa manis yang pas. Dengan peningkatan branding dan distribusi, usaha ini dapat menarik lebih banyak pelanggan dari berbagai daerah.

7. **UMKM HK Enting-Enting Mbah Harso**

Enting-Enting adalah cemilan tradisional yang terbuat dari kacang tanah dan gula merah, dan Mbah Harso merupakan salah satu pembuatnya yang terkenal di Purwoasri. Dengan resep warisan keluarga, Mbah Harso berhasil mempertahankan cita rasa autentik yang membuat produknya diminati di kalangan setia. Usaha ini meskipun sederhana, memiliki potensi untuk berkembang lebih besar melalui inovasi kemasan dan pemasaran digital.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Para Pelaku Umkm di Kelurahan Purwoasri , memiliki kekurangan dari SDMnya. Karena pelaku UMKM disana masih banyak yang menggunakan cara sederhana atau tradisional, oleh karena itu maka rumusan masalah yang diambil adalah. Bagaimana cara meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Kelurahan Purwoasri dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran produk?.

## **1.3 Tujuan dan Manfaat**

### **1.3.1 Tujuan Kegiatan**

- a. Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan Digital.

Membekali pelaku UMKM di Kelurahan Purwoasri dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan media sosial secara efektif dalam strategi pemasaran mereka.

b. Meningkatkan Penjualan dan Performa Bisnis.

Meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk memanfaatkan media sosial dan Shopee untuk meningkatkan penjualan produk mereka.

### **1.3.2 Manfaat Kegiatan**

a. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Digital pada pelaku UMKM.

Pelaku UMKM memperoleh pengetahuan mendalam tentang cara menggunakan media sosial dan Shopee untuk pemasaran produk.

Manfaat Bagi UMKM di desa Purwoasri

b. Meningkatkan Penjualan dan Konversi

Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan produk mereka melalui Shopee

c. Peningkatan daya saing

Dengan keterampilan dan pengetahuan baru yang diperoleh dari pelatihan, pelaku UMKM dapat bersaing lebih efektif di pasar e-commerce dan media sosial, meningkatkan posisi mereka di antara pesaing.

### **1.3.3 Mitra yang Terlibat**

1. Kepala Kelurahan Purwoasri, Kecamatan Metro Utara

Memberikan dukungan administratif dan fasilitasi dalam pelaksanaan program, serta memastikan bahwa program berjalan sesuai dengan kebijakan dan kebutuhan masyarakat setempat.

2. Sekretaris Lurah, Kelurahan Purwoasri, Kecamatan Metro Utara

Memberikan dukungan serta motivasi seluruh hal kegiatan dan mengapresiasi hasil program yang telah berjalan secara baik.

3. Pelaku UMKM Kelurahan Purwoasri

Menjadi peserta utama dalam pelatihan pembukuan keuangan, serta berkontribusi langsung dalam pengembangan ekonomi lokal.

4. Masyarakat Kelurahan Purwoasri

Mendukung keberlangsungan program dengan partisipasi aktif dan memberikan umpan balik yang konstruktif, serta menjadi bagian dari pasar potensial bagi produk-produk UMKM yang dikembangkan.