

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) adalah salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa secara interdisipliner, institusional, dan kemitraan sebagai salah satu wujud dari Tri Dharma perguruan tinggi. Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat merupakan mata kuliah wajib, dengan menerjunkan mahasiswa langsung ke masyarakat untuk membantu bagaimana cara mengembangkan dan mengelola daerah-daerah potensial yang menjadi sasaran yaitu yang memiliki keanekaragaman hasil bumi atau komoditas unggulan yang selama ini belum dikelola dengan baik serta membangun sistem informasi desa. Adanya pelaksanaan PKPM ini, mahasiswa IIB Darmajaya diharapkan dapat menemukan dan mengembangkan potensi-potensi yang ada di wilayah tersebut. Untuk tema PKPM tahun ini adalah “ Peningkatan Ekonomi Desa Menuju Masyarakat yang Unggul Dan Tangguh Berbasis Digital ”.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu pilar ekonomi di banyak negara. UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Namun, banyak UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam hal pemasaran dan promosi produk mereka. Persaingan dalam industri UMKM semakin ketat dengan adanya banyak pemain baru dan bisnis baru yang muncul. Untuk bersaing efektif, karena itulah Digitalisasi UMKM sangat diperlukan guna meningkatkan UMKM yang berkualitas.

Digitalisasi UMKM adalah suatu usaha merubah perilaku pelaku usaha dalam proses pemasaran dan penjualan produk melalui pemanfaatan teknologi. Lebih lanjut dijelaskan bahwa digital marketing adalah serangkaian kegiatan promosi untuk barang serta jasa dengan memanfaatkan teknologi digital (Rohmah, 2019). Kegiatan promosi sebelumnya hanya dilakukan melalui satu arah, baik menggunakan media televisi ataupun radio dan melalui surat kabar. Seiring dengan perkembangan teknologi, saat ini kegiatan promosi dilakukan melalui teknologi yaitu dengan menerapkan digital marketing. Dengan menerapkan digital marketing promosi dapat dilakukan dengan semaksimal mungkin, dan memungkinkan proses promosi dan pemasaran terjadi dua arah dari penjual ke konsumen melalui komunikasi penjualan yang terjadi secara digital salahsatunya melalui Social Media .

Dikutip dari jurnal As'ad, H. AbuRumman (2014) social media marketing adalah salah satu pemasaran strategi yang di gunakan oleh pembisnis untuk menjadi bagian dari suatu jaringan dengan orang orang melalui internet atau online. Dan menurut Dan Zarella (2010), Social media marketing adalah strategi kegiatan pemasaran menggunakan situs – situs media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube dan sebagainya. Media sosial merupakan salah satu cara yang ampuh untuk mempromosikan produk barang dan jasa yang kita miliki melalui internet marketing. Caranya mudah sederhana tetapi memiliki efek yang luar biasa.

Bagi para pemasar hal ini merupakan suatu potensi dan kesempatan yang sangat besar untuk digunakan sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran. Sosial media memungkinkan berbagi informasi antara pengguna menjadi lebih mudah (Akrimi dan Khemakem. 2012). Dengan potensi yang besar dan telah banyak digunakan oleh perusahaan besar akan terdapat pertanyaan yang menjadi topik pada kajian ini, yaitu apa saja *antecedants* dan *consequences* para pemasar menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran.

Pelaksanaan kegiatan PKPM kali ini dilakukan di Kelurahan Iringmulyo, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, Provinsi Lampung dalam kurun waktu 30 hari. Di dalam lingkungan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yakni di Kelurahan iringmulyo ada beberapa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ada beberapa UMKM yang memiliki banyak potensi yang bisa dikembangkan terutama di UMKM yang saya ambil yaitu Rempeyek & Keripik Tempe Berkah Zieban Milik Ibu Susi . Saya mengembangkan usaha ibu Susi dan mengimplementasikan pengetahuan dalam bidang teknologi kepada UMKM Ibu Susi.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM Rempeyek dan Keripik Tempe Berkah Zieban yaitu belum berkembang secara optimal dan kurangnya memanfaatkan teknologi digital dalam operasional sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dari tidak adanya pemasaran secara digital seperti akun sosial media, penjualan online serta media informasi yang merupakan menjadi alasan kenapa Rempeyek & Keripik Tempe Berkah Zieban masih belum dapat bersaing secara baik dalam pasar yang tersedia. Keterbatasan ini sering kali disebabkan oleh kurangnya pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya dalam Teknologi digital yang diperlukan.

Berdasarkan uraian di atas, maka laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini diberi judul “ **PENGOPTIMALAN PENJUALAN MELALUI DIGITAL MARKETING PADA UMKM REMPEYEK & KERIPIK TEMPE BERKAH ZIEBAN DI KELURAHAN IRINGMULYO** ”

### **I.1.1. Profil Kelurahan**

Cikal bakal terbentuknya Kelurahan Iringmulyo adalah bermula dari pecahan transmigrasi dari Jawa yang dipimpin oleh Almarhum D. Gondo Wardoyo yang membuka lahan di Lampung Tengah itu menjadi 3 (tiga) daerah pemukiman baru, yaitu: 15 a Iringmulyo, 15 b Imopuro, 15 Polos Metro. Kemudian dengan kesepakatan yang diambil pada tahun 1938, maka diambil keputusan untuk menjadikan ketiga bedeng itu menjadi satu kampung yang diberi nama Kampung Metro.

Dengan ditetapkannya Undang-undang Nomor 5 Tahun 1979 tentang Pemerintahan Desa maka pada tanggal 18 Agustus 1982 Kampung Metro ditingkatkan menjadi Kelurahan Metro. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000, maka Kelurahan Metro dipecah menjadi 3 (tiga) bagian yaitu Kelurahan Iringmulyo, Imopuro dan Metro. Dengan ditetapkannya Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000 tersebut maka Iringmulyo resmi menjadi Kelurahan yang secara geografis masuk ke dalam Kecamatan Metro Timur.

Secara Geografis Kelurahan Iringmulyo memiliki batas yaitu :

- Sebelah Timur : Desa Banjar Rejo dan Kelurahan Yosodadi
- Sebelah Barat : Kelurahan Metro
- Sebelah Selatan : Kelurahan Tejo Agung
- Sebelah Utara : Kelurahan Yosorejo dan Kelurahan Yosodadi

Luas Wikayah Kelurahan Iringmulyo

- Luas kelurahan : 2.545 Km<sup>2</sup>
- Pemukiman Umum : 102,50 Ha
- Jalan : 321 km
- Persawahan : 18.6 Ha
- Perkantoran : 5,05 Ha

### **I.1.2. Profil UMKM**

Nama Pemilik	: Susi
Nama Usaha	: Rempeyek & Keripik Tempe Berkah Zieban
Alamat Usaha	: JL.Pala V Desa Iringmulyo Kec.Metro Timur
Jenis Usaha	: Perseorangan
Jenis Produk	: Rempeyek & Keripik Tempe
Skala Usaha	: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
Tahun Berdiri	: 2012
Produk yang ditawarkan	: Rempeyek & Keripik Tempe
Jumlah Tenaga Kerja	: 2 Orang
Produksi	: 1 hari menghabiskan tepung terigu 8-10 kg
Penjualan	: 1 harinya berjumlah 30 - 50 bungkus
No. Telpon/hp	: +62 853-6709-7622

## **I.2 Rumusan Masalah**

UMKM Rempeyek & Keripik Tempe Berkah Zieban masih melakukan penjualan dan promosi produknya secara konvensional yang memiliki keterbatasan dalam jangkauan promosi dan UMKM Rempeyek & Keripik Tempe Berkah Zieban mengalami masalah dalam kurangnya orang yang mengetahui produknya.

Berdasarkan permasalahan yang telah disampaikan, rumusan masalah dari laporan kegiatan PKPM ini yaitu

1. Bagaimana cara melakukan Inovasi penjualan UMKM Rempeyek & Berkah Zieban ?
2. Bagaimana cara UMKM Rempeyek & Berkah Zieban Memiliki Branding Image ?

## **I.3 Tujuan Dan Manfaat**

### **I.3.1 Tujuan Kegiatan**

1. Melakukan pengembangan berdasarkan ilmu teknologi dalam upaya meningkatkan penjualan melalui strategi digital marketing pada UMKM Rempeyek Dan Keripik Tempe berkah Zieban.
2. Melakukan pembimbingan dalam menciptakan Brandingimage dari Produk UMKM Rempeyek & Keripik Tempe Berkah Zieban.
3. Memberikan Pengetahuan Pentingnya Sosial Media Marketing kepada UMKM Rempeyek & Keripik Tempe Berkah Zieban .

### **I.3.2 Manfaat Kegiatan**

#### **➤ Manfaat Bagi IIB DARMAJAYA**

Manfaat Bagi IIB Darmajaya Sebagai Berikut :

- IIB Darmajaya dapat menjadikan PKPM ini sebagai bahan evaluasi hasil pendidikan yang selama ini telah diselenggarakan.
- Sebagai bentuk pengabdian mahasiswa IIB Darmajaya terhadap masyarakat Suban yang dapat terlihat dan dirasakan langsung oleh masyarakat.
- PKPM ini dapat menjadi media promosi dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap IIB Darmajaya.

#### **➤ Manfaat Bagi Mahasiswa**

Manfaat pelaksanaan PKPM bagi mahasiswa, antara lain sebagai berikut :

- Mahasiswa mendapatkan pelajaran dan pengalaman tentang kemandirian, kedisiplinan, kerjasama, tanggung jawab, dan kepemimpinan.
- Menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa dalam bersosialisasi dilingkungan masyarakat.
- Melatih pola pikir mahasiswa dalam pemecahan masalah terhadap situasi yang sedang dihadapi.
- Kegiatan ini juga memotivasi untuk dapat mengembangkan potensi yang dimilikinya.

#### **➤ Manfaat Bagi Masyarakat**

Selain bermanfaat bagi institusi dan mahasiswa IIB Darmajaya, pelaksanaan PKPM ini juga memberikan beberapa manfaat bagi warga Kelurahan Iringmulyo. Manfaat tersebut antara lain sebagai berikut :

- Pelaksanaan PKPM ini memberi inspirasi bagi masyarakat dalam upaya pemanfaatan potensi yang ada di Kelurahan Iringmulyo.
- Inovasi yang dilakukan pada PKPM ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.
- Masyarakat dapat mengenal dan mengembangkan pengetahuannya tentang teknologi informasi dan manajemen bisnis.

### ➤ **Manfaat Bagi UMKM**

Berikut Manfaat bagi UMKM Yumna Food Industry.

- Pelaku usaha dapat memperluas pemasaran dan informasi melalui Website.
- Pelaku usaha UMKM dapat mengenal metode Penjualan melalui Platform Facebook dan Instagram.
- Pelaku usaha UMKM dapat mengenal metode pencatatan keuangan melalui digital.
- Pelaku usaha UMKM dapat menciptakan logo visual yang lebih baik.

### **I.4 Mitra yang Terlibat**

Mitra yang terlibat dalam pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini adalah sebagai berikut :

1. Lurah Iringmulyo , Kecamatan Metro Timur, Kota Metro Provinsi Lampung.
2. UMKM Rempeyek & Keripik Tempe Ibu Susi.
3. SDN 3 Metro Timur Di kelurahan Iringmulyo, Kecamatan Metro Timur
4. Posyandu Sejahtera 8 Kelurahan IringMulyo, Kecamatan Metro Timur.
5. Warga sekitar Iringmulyo, Kecamatan Metro Timur , Kota Metro, Provinsi Lampung