

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) adalah kegiatan yang dijalankan oleh mahasiswa sebagai bagian dari syarat mata kuliah sekaligus sarana pengembangan ide kreatif dengan memanfaatkan potensi yang ada di masyarakat, khususnya di desa atau daerah sasaran. Kegiatan ini mengintegrasikan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat, serta memberikan pengalaman belajar dan bekerja langsung kepada mahasiswa dalam pemberdayaan masyarakat. Melalui PKPM, mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah untuk membantu masyarakat secara nyata, mendorong pembangunan, menumbuhkan motivasi dan kemandirian, serta mempersiapkan kader pembangunan dan agen perubahan. Secara umum, pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan sukarela yang bertujuan membantu dan memberdayakan masyarakat di bidang sosial, ekonomi, atau pendidikan dengan dampak positif yang berkelanjutan. PKPM menjadi bentuk nyata pelaksanaan pengabdian tersebut dalam bentuk program kerja mahasiswa atau perguruan tinggi yang langsung bersentuhan dengan kehidupan masyarakat.

Salah satu bidang yang sering menjadi fokus dalam PKPM adalah pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan salah satu prioritas pengembangan di berbagai negara karena kontribusinya yang besar terhadap perekonomian, baik melalui penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, maupun peningkatan pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, UMKM memiliki peran strategis dalam menyerap tenaga kerja di sektor informal dan menjadi motor penggerak ekonomi daerah. Oleh karena itu, pemerintah pusat dan daerah telah merumuskan berbagai kebijakan serta program pendukung untuk melindungi dan mengembangkan UMKM melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif. Bahkan di negara maju, pertumbuhan UMKM juga terbukti berkontribusi signifikan terhadap kemajuan ekonomi (Sufiani, 2022)

UMKM perlu memperkuat keterampilan pemasaran agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya, salah satunya melalui peningkatan kemampuan dalam digital marketing atau pemasaran melalui media sosial (Widia, 2021). Untuk meraih keunggulan kompetitif, UMKM harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi pemasaran yang sedang tren, seperti pemanfaatan media sosial dan digital marketing. Saat ini, media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi antarindividu, tetapi telah bertransformasi menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran, khususnya dalam konteks pemasaran online dan digital marketing. Tanpa penguasaan keterampilan pemasaran berbasis online atau digital, daya saing UMKM berisiko tertinggal (Hidayati et al., 2020).

Dalam konteks ini, Keripik Emping Melinjo Semoga Jaya merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang industri makanan ringan khas Indonesia. Produk emping melinjo memiliki cita rasa gurih dan tekstur renyah yang digemari masyarakat. Namun, persaingan di pasar makanan ringan semakin ketat, sementara strategi pemasaran usaha ini masih terbatas pada penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini membuat potensi pasar yang lebih luas belum tergarap secara optimal. Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, memberikan peluang besar untuk meningkatkan jangkauan pemasaran UMKM. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk, membangun merek (branding), serta menarik minat konsumen dengan biaya yang relatif terjangkau. Dengan strategi digital marketing yang tepat—mulai dari pembuatan konten yang menarik, penggunaan foto dan video berkualitas, hingga interaksi aktif dengan calon pelanggan—UMKM dapat memperkuat brand awareness, memperluas jaringan pemasaran, dan meningkatkan penjualan secara signifikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, melalui kegiatan PKPM ini akan dilakukan upaya optimalisasi media sosial sebagai sarana pemasaran Keripik Emping Melinjo Semoga Jaya. Program ini diharapkan dapat membantu pemilik usaha memahami teknik promosi digital, mengelola akun media sosial secara efektif, serta mengukur dampak pemasaran terhadap perkembangan usaha. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat

jangka pendek, tetapi juga menjadi langkah strategis untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di era digital.

Berdasarkan hasil survei lapangan di Desa Buah Berak, Kecamatan Kalianda, diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM, khususnya pada sektor industri mikro, masih menghadapi kendala dalam memaksimalkan promosi digital. Permasalahan ini umumnya disebabkan oleh minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi informasi, terbatasnya akses terhadap pelatihan pemasaran online, serta rendahnya kesadaran akan pentingnya membangun citra usaha di dunia maya. Situasi ini juga dialami oleh UMKM Emping Semoga Jaya milik Ibu Suhaemah yang berlokasi di Dusun 03 Desa Buah Berak. Meskipun produk emping melinjo yang dihasilkan memiliki cita rasa khas, menggunakan bahan baku lokal berkualitas, dan telah diminati oleh masyarakat setempat, pemasaran yang dilakukan masih terbatas pada penjualan langsung di lingkungan sekitar dan melalui jaringan pembeli tetap. Potensi pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional, belum sepenuhnya tergarap karena belum adanya strategi promosi berbasis media sosial yang konsisten dan terarah. Padahal, dengan tren konsumsi masyarakat yang semakin bergeser ke arah belanja online, optimalisasi media sosial dapat menjadi pintu masuk yang efektif untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya tarik produk, serta memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Melihat permasalahan yang dihadapi UMKM Emping Semoga Jaya, program Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) hadir sebagai upaya pendampingan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan produksi, tetapi juga pada pengembangan kapasitas pemasaran digital. Melalui kegiatan ini, mahasiswa berperan aktif memberikan pelatihan penggunaan media sosial, mulai dari pembuatan akun usaha yang profesional, teknik pengambilan foto produk yang menarik, penulisan deskripsi yang persuasif, hingga strategi promosi yang tepat sasaran. Selain itu, pendampingan juga mencakup pengenalan berbagai platform pemasaran online yang dapat membantu memperluas jangkauan penjualan. Pendekatan ini diharapkan mampu membuka akses pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan memperkuat citra merek Emping Semoga Jaya sebagai produk unggulan Desa

Buah Berak. Dengan demikian, PKPM tidak hanya menjadi sarana penerapan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah, tetapi juga memberikan dampak nyata bagi pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi lokal.

Optimalisasi media sosial bagi UMKM seperti Emping Semoga Jaya memiliki peran yang sangat penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk mempromosikan produk secara cepat, murah, dan efektif kepada calon konsumen yang lebih luas, bahkan hingga ke luar daerah tanpa harus memiliki toko fisik. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, atau WhatsApp Business, pelaku UMKM dapat menampilkan foto dan video produk yang menarik, berinteraksi langsung dengan pelanggan, serta membangun hubungan yang lebih personal. Selain itu, media sosial juga dapat digunakan untuk melakukan riset pasar secara sederhana, seperti mengetahui tren permintaan, selera konsumen, dan respon terhadap produk. Bagi Emping Semoga Jaya, penerapan strategi pemasaran digital ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan, memperluas segmentasi pasar, serta memperkuat identitas merek sebagai produk lokal berkualitas yang mampu bersaing di era digital.

Dengan adanya pendampingan melalui program PKPM, UMKM Emping Semoga Jaya di Desa Buah Berak mendapatkan dukungan nyata dalam mengatasi keterbatasan promosi digital dan mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang lebih efektif. Kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan pemilik usaha, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas, sehingga produk emping melinjo dapat dikenal hingga ke luar daerah. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital berbasis media sosial, apabila didukung dengan pelatihan yang tepat dan pendampingan berkelanjutan, mampu menjadi katalisator pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan demikian, PKPM tidak sekadar menjadi kegiatan akademik, tetapi juga menjadi bentuk kontribusi nyata perguruan tinggi dalam memberdayakan masyarakat desa, menciptakan kemandirian ekonomi, serta mempersiapkan UMKM untuk beradaptasi dan bersaing di era digital yang terus berkembang.

### **1.1.1 Profil dan Potensi Desa**

Desa Buah Berak merupakan salah satu desa di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Wilayah ini mulai dihuni sejak awal tahun 1940-an, dan pada sekitar tahun 1955 secara resmi diakui sebagai desa definitif, bertepatan dengan meningkatnya arus pemukiman baru serta pembentukan pemerintahan desa pascakemerdekaan Republik Indonesia. Perkembangan Desa Buah Berak tidak dapat dipisahkan dari sejarah masyarakatnya, yang awalnya hanya terdiri dari kelompok kecil hingga berkembang menjadi komunitas yang lebih terstruktur.

Nama “Buah Berak” memiliki latar belakang unik yang menjadi ciri khas masyarakat setempat. Berdasarkan penuturan para tokoh desa, nama ini berasal dari dua kata: “buah” yang merujuk pada pohon pinang yang banyak tumbuh di daerah tersebut, dan “berak” atau “bekhak” dalam bahasa Lampung yang berarti luas atau lebar. Secara harfiah, Buah Berak dapat diartikan sebagai “wilayah pohon pinang yang luas”. Sejak awal penggunaannya hingga sekarang, nama ini menjadi bagian dari identitas sekaligus kebanggaan masyarakat.

Dalam pembagian wilayah pemerintahan, Desa Buah Berak terdiri atas empat dusun, yakni Dusun 1, Dusun 2, Dusun 3, dan Dusun 4. Masing-masing dusun memiliki karakter sosial dan budaya yang berbeda. Dusun 1 dan 2 didominasi oleh masyarakat Suku Lampung yang masih menjaga adat istiadat dan tradisi leluhur. Sementara itu, Dusun 3 dan 4 mayoritas dihuni oleh masyarakat Suku Sunda yang membawa pengaruh budaya daerah asal mereka, baik dari segi bahasa, kebiasaan, maupun tradisi keseharian. Keberagaman etnis ini membentuk kehidupan sosial yang harmonis, saling menghargai, dan memperkaya budaya lokal.

Berdasarkan data Juli 2025, jumlah penduduk Desa Buah Berak mencapai 2.097 jiwa, tersebar di 8 Rukun Tetangga (RT) dengan total 599 kepala keluarga. Dari jumlah tersebut, 1.081 orang berjenis kelamin laki-laki dan 1.016 orang perempuan. Data demografi ini menunjukkan potensi sumber daya manusia yang cukup besar, dengan 182 remaja putri serta 634 anak berusia 0–17 tahun yang menjadi generasi penerus desa. Kesadaran masyarakat

akan pentingnya dokumen kependudukan juga tergolong baik, dibuktikan dengan 625 warga yang telah memiliki akta kelahiran dan Kartu Identitas Anak (KIA).

## 1. Kondisi Geografis

### a) Batas Wilayah Buah Berak

Letak geografis Buah Berak, terletak di antara

- |                    |                        |
|--------------------|------------------------|
| 1. Sebelah Utara   | : Kelurahan Kalianda   |
| 2. Sebelah Selatan | : Desa Sumur Kumbang   |
| 3. Sebelah Barat   | : Desa Kesugiahan      |
| 4. Sebelah Timur   | : Kelurahan Bumi Agung |

### b) Luas Wilayah Buah Berak

- |                |                         |
|----------------|-------------------------|
| 1. Pemukiman   | : 40 Ha/m <sup>2</sup>  |
| 2. Persawahan  | : 7 Ha/m <sup>2</sup>   |
| 3. Perkebunan  | : 300 Ha/m <sup>2</sup> |
| 4. Kuburan     | : -                     |
| 5. Pekarangan  | : 10 Ha/m <sup>2</sup>  |
| 6. Perkantoran | : -                     |
| 7. Total Luas  | : 357 Ha/m <sup>2</sup> |

### c) Orbitasi

- |  |                  |
|--|------------------|
| 1. Jarak Ke Ibu Kota Kecamatan terdekat    | : 3 Km           |
| 2. Lama jarak tempuh ke Ibu Kota Kecamatan | : 3 Menit        |
| 3. Jarak Ke Ibu Kota Kabupaten             | : 6 Km           |
| 4. Lama jarak tempuh ke Ibu Kota Kabupaten | : 30 Menit       |
| 5. Jarak Ke Ibu Kota Provinsi              | : 58 Km          |
| 6. Lama Jarak tempuh ke Ibu Kota Kabupaten | : 1 jam 30 Menit |

d) Iklim

1. Curah Hujan	: 2000-3000 mm/tahun
2. Jumlah Bulan Hujan	: Oktober - Maret
3. Kelembapan	: 70%- 90%
4. Suhu Rata Rata Harian	: 23°C – 32°C
5. Tinggi Tempat Pemukiman	: 100-300 Mdpl

2. **Kondisi Demografis**

Jumlah Kepala Keluarga	: 600
------------------------	-------

a) Penduduk Jenis Kelamin

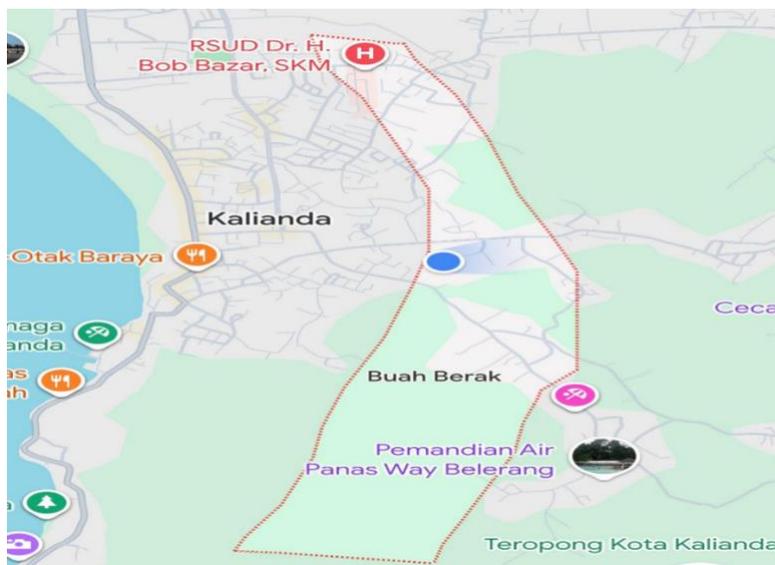
- Laki-Laki	: 1.080
- Perempuan	: 1.019
- Jumlah Total Penduduk	: 2.099

b) Penduduk Menurut Mata Pencarian

1. Petani	: 1.784
2. Buruh Tani	: 258
3. Pegawai Negri Sipil	: 34
4. Pengrajin Industri Rumah	: 4
5. Pedagang Keliling	: 7
6. TNI	: 4
7. POLRI	: 3
8. Pensiunan PNS	: 5



Gambar 1.1 Struktur Pemerintahan Desa Buah Berak



Gambar 1.2 Peta Desa Buah Berak

### 1.1.2 Profil UMKM

Pemilik UMKM	: Ibu Suhaemah
Nama Usaha	: Emping Melinjo Semoga Jaya
Alamat Usaha	: Jl. Way Belerang, RT 07, RW 04, Buah Berak Kec.Kalianda ,Kabupaten Lampung Selatan.
Jenis Usaha	: Industri Pengolahan – Makanan
Skala Usaha	: Usaha Mikro Kecil dan Menengah
Tahun Berdiri	: 2022
Produk yang Ditawarkan	: Emping Melinjo
Jumlah Tenaga Kerja	: 3 Karyawan
No.Telpon/Hp	: 082282682288

UMKM Emping Melinjo Semoga Jaya merupakan salah satu usaha rumah tangga yang berlokasi di Dusun 3, Desa Buah Berak, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Usaha ini dimiliki oleh Ibu Suhaemah, yang akrab dipanggil Ibu Een. Ide pendirian usaha berawal dari melimpahnya hasil panen buah melinjo di desa, yang kemudian menginspirasi Ibu Een bersama dua rekannya, Ibu Mastiroh dan Ibu Wati, untuk mengolahnya menjadi emping melinjo. Sejak berdiri pada tahun 2022, Semoga Jaya berkembang menjadi salah satu produk unggulan desa yang cukup dikenal oleh masyarakat setempat.

Proses pembuatan emping melinjo masih dilakukan dengan cara tradisional. Tahapannya meliputi pemilihan biji melinjo berkualitas, penyangraian menggunakan pasir, pemipihan biji secara manual, penjemuran di bawah sinar matahari, hingga pengemasan akhir. Seluruh proses tidak melibatkan peralatan modern, sehingga cita rasa dan tekstur khas emping tetap

terjaga. Kegiatan produksi melibatkan tenaga kerja dari warga sekitar, meskipun jumlahnya masih terbatas, sehingga kapasitas produksi belum dapat dimaksimalkan. Dalam hal pemasaran, emping melinjo Semoga Jaya dijual langsung di rumah produksi dan juga dititipkan di kawasan wisata Pemandian Air Panas Way Belerang yang berada di desa yang sama. Pesanan juga diterima untuk kebutuhan acara tertentu. Namun, strategi pemasaran masih mengandalkan cara-cara konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Di balik peluang pasar yang cukup besar, Semoga Jaya juga menghadapi beberapa tantangan. Keterbatasan jumlah tenaga kerja menjadi hambatan dalam meningkatkan produksi. Selain itu, pencatatan keuangan usaha belum tertata dengan baik; pemasukan dan pengeluaran sering kali bercampur dengan keuangan rumah tangga, sehingga menyulitkan pengendalian arus kas dan perhitungan keuntungan secara akurat. Tantangan-tantangan ini menjadi fokus yang perlu diatasi agar usaha dapat berkembang lebih pesat, meningkatkan kapasitas produksi, dan memperluas jangkauan pemasaran.



Gambar 1.3 Produk Emping Melinjo

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi optimalisasi media sosial dapat diterapkan pada UMKM Keripik Emping Melinjo Semoga Jaya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha?
2. Bagaimana peran kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dalam memberikan pendampingan dan meningkatkan keterampilan pemasaran digital pada UMKM Keripik Emping Melinjo Semoga Jaya?
3. Apa saja kendala yang dihadapi UMKM Keripik Emping Melinjo Semoga Jaya dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan bagaimana solusi yang dapat diterapkan?
4. Bagaimana dampak penerapan strategi pemasaran digital berbasis media sosial terhadap perkembangan penjualan dan citra merek UMKM Keripik Emping Melinjo Semoga Jaya?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat**

### **1.3.1 Tujuan**

1. Membantu UMKM Keripik Emping Melinjo Semoga Jaya memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, Facebook, dan TikTok, sebagai sarana promosi dan pemasaran produk.
2. Meningkatkan keterampilan pemilik usaha dalam membuat konten promosi yang menarik mulai dari foto, video, hingga penulisan deskripsi yang persuasif.
3. Mengajarkan strategi pemasaran digital yang tepat sasaran untuk memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah.
4. Memperkuat citra merek (brand image) Emping Melinjo Semoga Jaya sebagai produk lokal berkualitas yang mampu bersaing di era digital.

### **1.3.2 Manfaat**

Kegiatan ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1. Bagi UMKM Keripik Emping Melinjo Semoga Jaya**

- Meningkatkan keterampilan dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi dan pemasaran.
- Memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah melalui strategi pemasaran digital yang efektif.
- Memperkuat citra merek sebagai produk lokal berkualitas yang mampu bersaing di era digital.
- Meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha melalui promosi yang konsisten dan terarah.

#### **2. Bagi Mahasiswa (Pelaksana PKPM)**

- Memberikan pengalaman praktis dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah pada situasi nyata.
- Mengasah keterampilan komunikasi, pendampingan, dan pelatihan kepada pelaku usaha.
- Mengembangkan kemampuan dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi pemasaran digital.
- Menumbuhkan rasa empati, kepedulian sosial, dan jiwa kepemimpinan sebagai calon agen perubahan.

#### **3. Bagi Masyarakat**

- Mendorong berkembangnya usaha lokal sehingga membuka peluang lapangan kerja baru.

- Memperkenalkan produk lokal unggulan desa ke wilayah yang lebih luas, sehingga meningkatkan perekonomian daerah.
- Menjadi contoh inspiratif bagi pelaku usaha lain untuk memanfaatkan teknologi digital.
- Memperkuat semangat gotong royong dan pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal.

#### **4. Manfaat bagi Kampus**

- Meningkatkan peran perguruan tinggi dalam menjalankan Tri Dharma, khususnya pada aspek pengabdian kepada masyarakat.
- Memperkuat citra kampus sebagai lembaga pendidikan yang berkontribusi nyata dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa.
- Menjadi sarana pembelajaran langsung bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di perkuliahan ke dalam situasi nyata di lapangan.
- Membuka peluang kerja sama berkelanjutan antara kampus dan pelaku UMKM di wilayah setempat.

#### **1.4 Mitra yang Terlibat**

Berikut merupakan mitra yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Buah Berak:

1. Aparatur Desa Buah Berak, khususnya Kepala Desa Bapak Umar Sofriandi, S.E. dan Sekretaris Desa Bapak Adi Cahyadi, yang telah memberikan izin, dukungan, serta pendampingan selama pelaksanaan kegiatan.
2. Ibu Suhaemah, selaku pemilik UMKM Emping Melinjo Semoga Jaya, yang menjadi mitra utama sekaligus subjek pendampingan dalam program ini.

3. Warga Desa Buah Berak, yang turut memberikan dukungan dan partisipasi aktif selama kegiatan PKPM berlangsung.