

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKPM) Darmajaya merupakan salah satu bentuk implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui kegiatan yang berfokus pada peningkatan ekonomi, pengembangan sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi. Program ini dirancang sebagai jembatan antara dunia akademik dan masyarakat, khususnya dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui PKPM, Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya berkomitmen untuk berkontribusi secara nyata dalam mendukung UMKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Data menunjukkan bahwa UMKM menyumbang sekitar 99,99% dari total unit usaha di Indonesia dan mampu menyerap hingga 107 juta tenaga kerja. Peran strategis ini membuat UMKM menjadi sektor yang sangat penting dalam menjaga stabilitas perekonomian, terutama saat krisis. Namun, UMKM masih menghadapi berbagai kendala klasik, seperti keterbatasan permodalan, kemampuan manajerial, serta akses pemasaran yang masih terbatas. (Suci, 2017)

Dalam konteks pemasaran modern, media sosial telah menjadi salah satu alat utama untuk mendukung promosi dan branding UMKM. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga mampu meningkatkan interaksi, membangun citra merek, dan memperluas pasar dengan biaya yang relatif rendah. (Lontoh et al., 2020)

Salah satu contoh nyata adalah UMKM emping di Desa Kecapi, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Produk emping melinjo yang dihasilkan memiliki cita rasa khas dan berbasis bahan baku lokal yang melimpah. Namun, pemasaran masih dilakukan secara tradisional melalui penjualan langsung di pasar lokal dan dari mulut ke

mulut. Kondisi ini menyebabkan emping Desa Kecapi sulit dikenal di pasar yang lebih luas dan kurang memiliki identitas merek yang kuat. Padahal, dengan dukungan media sosial seperti Instagram dan TikTok, emping Desa Kecapi berpeluang untuk meningkatkan brand awareness, memperluas jaringan konsumen, dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas. (Rabani, n.d.)

Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan branding dan promosi UMKM emping Desa Kecapi menjadi sangat penting. Melalui strategi konten kreatif, pengelolaan akun media sosial yang konsisten, serta pendekatan branding yang tepat, UMKM emping dapat membangun citra merek yang lebih kuat dan menjangkau konsumen yang lebih luas. (Poodo and Pabulo, 2024)

Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan, memperkuat loyalitas konsumen, serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan demikian, upaya ini diharapkan tidak hanya memperluas pasar emping Desa Kecapi, tetapi juga memberikan kontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

Melalui pendampingan dan pelatihan ini, UMKM emping tidak hanya akan memperoleh keterampilan teknis dalam mengelola media sosial, tetapi juga pemahaman strategis mengenai bagaimana membangun branding yang kuat dan berkelanjutan. Peningkatan kemampuan digital tersebut diharapkan dapat membuka akses pasar yang lebih luas, memperkuat posisi UMKM di tengah persaingan, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Kecapi. Dengan demikian, kegiatan PKPM ini menjadi langkah nyata dalam menjawab tantangan era digital sekaligus mendukung pemberdayaan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian lokal.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

A. Pofil Desa

Desa Kecapi merupakan salah satu dari 29 desa/kelurahan yang tergabung dalam Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Desa ini terletak pada koordinat sekitar 5°44'38" S, 105°36'47" Dengan luasnya yang relatif kecil namun strategis—dekat ibu kota kabupaten, berbatasan dengan laut—Desa Kecapi memiliki 2 potensi sebagai lokasi wisata alam pesisir serta titik pengembangan budidaya seperti lebah Trigona berbasis ekowisata.

Desa Kecapi adalah salah satu desa yang berada di wilayah administratif Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Secara geografis, Desa Kecapi terletak di daerah dataran dengan kontur wilayah yang bervariasi, terdiri atas lahan pertanian, perkebunan, dan kawasan pemukiman warga. Lokasinya cukup strategis karena tidak jauh dari pusat ibu kota kabupaten, sehingga memiliki akses transportasi dan komunikasi yang memadai.

Desa Kecapi memiliki potensi sumber daya alam, sosial, dan ekonomi yang cukup besar untuk dikembangkan menjadi kekuatan utama dalam pembangunan desa. Potensi unggulan seperti budidaya lebah Trigona, pertanian dan perkebunan, serta destinasi wisata alam seperti Way Belerang Simpur dan Air Terjun Cecakhah Kenali, merupakan aset desa yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat jika dikelola secara optimal dan berkelanjutan.

B. Demografi Desa

✓ Letak dan Luas Wilayah

Desa Kecapi merupakan salah satu desa di wilayah pemerintahan Kecamatan Kalianda dengan luas wilayah 585 Ha. Dengan batas-batas wilayah sebagai berikut :

- A. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Tajimalela
- B. Sebelah Selatan berbatasan dengan Gunung Rajabasa

- C. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Pematang
- D. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Babulang

✓ Iklim

Desa Kecapi memiliki iklim tropis, dengan pola musim kemarau dan musim hujan yang khas. Jenis iklim ini umum di seluruh wilayah Lampung Selatan. Menurut data umum Kabupaten Lampung Selatan, Suhu harian berkisar antara $\pm 20,8^{\circ}\text{C}$ hingga $36,8^{\circ}\text{C}$, Kelembapan udara rata-rata berada di kisaran 66 %–85 %, Curah hujan bervariasi dengan musim hujan dan kemarau.

✓ Keadaan Sosial Desa

1. Jumlah Penduduk

Berdasarkan data jumlah penduduk, desa ini terbagi ke dalam empat dusun dengan total keseluruhan sebanyak 2.072 jiwa. Dari jumlah tersebut, penduduk laki-laki berjumlah 1.057 jiwa, sementara penduduk perempuan berjumlah 1.006 jiwa.

Jika dirinci per dusun, Dusun 1 merupakan wilayah dengan jumlah penduduk terbesar, yakni 691 jiwa yang terdiri atas 358 laki-laki dan 333 perempuan dengan total 196 KK. Selanjutnya, Dusun 2 memiliki jumlah penduduk 583 jiwa, terdiri atas 289 laki-laki dan 285 perempuan dengan 167 KK. Dusun 3 menempati urutan ketiga dengan jumlah penduduk 418 jiwa, terdiri dari 212 laki-laki dan 206 perempuan dengan total 125 KK. Sedangkan, Dusun 4 menjadi wilayah dengan jumlah penduduk paling sedikit, yaitu 380 jiwa, terdiri atas 198 laki-laki dan 182 perempuan dengan 113 KK.

Secara umum, sebaran penduduk di desa ini menunjukkan bahwa mayoritas warga tinggal di Dusun 1 dan Dusun 2, sementara Dusun 3 dan Dusun 4 memiliki jumlah penduduk yang relatif lebih sedikit. Informasi ini penting untuk mengetahui distribusi kepadatan penduduk sekaligus sebagai dasar

dalam merancang program pengabdian agar lebih tepat sasaran di tiap dusun.

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk

No	Nama Dusun	Jumlah KK	Jumlah Jiwa		Jumlah Total Jiwa
			Laki-laki	Perempuan	
1	Dusun 1	196	358	333	691
2	Dusun 2	167	289	285	583
3	Dusun 3	125	212	206	418
4	Dusun 4	113	198	182	380
Jumlah					2.072

2. Tingkat Pendidikan Penduduk

Berdasarkan data tingkat pendidikan penduduk, dapat dilihat bahwa sebagian besar masyarakat di desa ini telah menempuh pendidikan hingga jenjang menengah atas. Jumlah penduduk yang tamat Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) mencapai 737 orang, menjadi kelompok terbesar dibandingkan jenjang lainnya. Selanjutnya, terdapat 583 orang yang telah menyelesaikan pendidikan hingga tingkat Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) dan 323 orang yang tamat Sekolah Dasar (SD). Sementara itu, jumlah penduduk yang menamatkan pendidikan hingga jenjang akademi atau perguruan tinggi masih relatif sedikit, yakni hanya 40 orang.

Di sisi lain, masih terdapat masyarakat yang belum menyelesaikan pendidikan dasar, yaitu 477 orang belum tamat SD, serta 40 orang yang tidak tamat SD. Selain itu, terdapat pula 139 orang yang sama sekali tidak mengenyam bangku sekolah. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas masyarakat telah memiliki akses pendidikan dasar hingga menengah, masih terdapat tantangan dalam mendorong peningkatan jumlah masyarakat yang dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi. Data ini menjadi gambaran penting untuk merumuskan program pengabdian yang relevan, seperti peningkatan kesadaran pentingnya pendidikan dan

dukungan terhadap generasi muda agar mampu melanjutkan studi ke tingkat yang lebih tinggi. Tingkat pendidikan masyarakat Desa Kecapi adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Tingkat Pendidikan Penduduk

NO	Tingkat Pendidikan Penduduk	Jumlah
1	Tidak sekolah	139 Orang
2	Belum tamat SD	477 Orang
3	Tidak tamat SD	40 Orang
4	Tamat SD	323 Orang
5	Tamat SLTP sebanyak	583 Orang
6	Tamat SLTA	737 Orang
7	Tamat Akademi/PT	40 Orang

✓ Keadaan Ekonomi Desa

Berdasarkan data mata pencaharian, kondisi ekonomi desa ini masih sangat didominasi oleh sektor pertanian. Tercatat sebanyak 1.529 orang atau mayoritas penduduk bekerja sebagai petani. Hal ini menunjukkan bahwa pertanian menjadi sektor utama penggerak perekonomian masyarakat desa. Selain itu, terdapat 168 orang yang bekerja sebagai buruh atau tukang, serta 87 orang yang berprofesi sebagai pedagang yang umumnya menjalankan usaha kecil dan menengah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat setempat.

Di sisi lain, sebagian penduduk juga bekerja di sektor formal. Tercatat ada 272 orang yang bekerja sebagai pegawai swasta, sedangkan jumlah aparatur negara yang terdiri dari PNS, TNI, dan POLRI relatif sedikit, yakni hanya 14 orang. Kondisi ini menggambarkan bahwa sumber pendapatan utama masyarakat masih bertumpu pada kegiatan agraris, sementara sektor perdagangan dan tenaga kerja formal hanya berperan sebagai pelengkap dalam mendukung perekonomian desa.

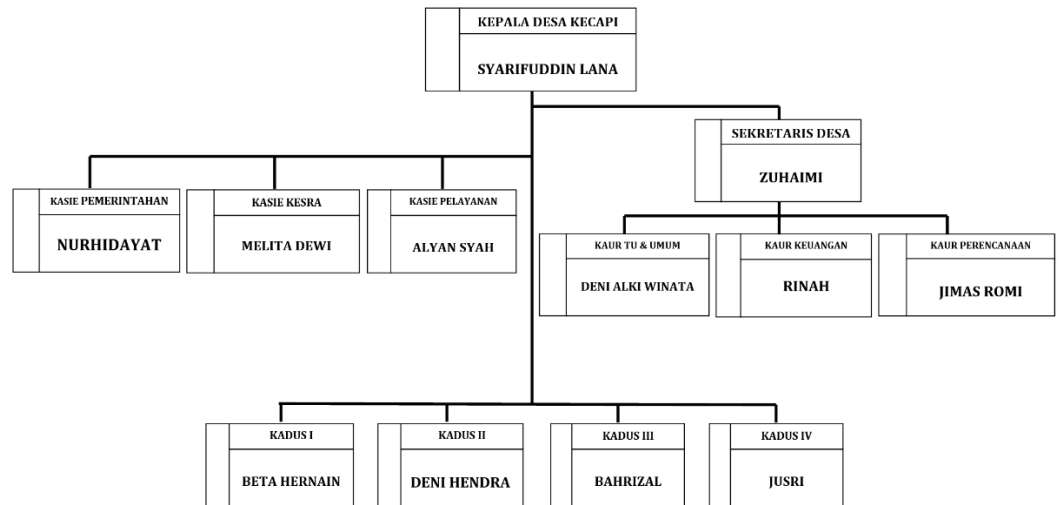
Dengan komposisi pekerjaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa ekonomi desa bersifat agraris dengan tingkat ketergantungan tinggi pada hasil pertanian. Namun, adanya jumlah yang cukup signifikan dari pegawai swasta serta pedagang juga membuka peluang diversifikasi ekonomi ke arah non-pertanian. Hal ini menjadi potensi yang dapat dikembangkan untuk memperkuat ketahanan ekonomi desa di masa depan.

Tabel 1. 3 Keadaan Ekonomi Desa

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah
1	Petani	1.529 Orang
2	Pedagang	87 Orang
3	Pegawai Swasta	272 Orang
4	PNS, TNI/POLRI	14 Orang
5	Buruh/Tukang	168 Orang

Dalam menjalankan pemerintahannya Desa Kecapi dipimpin oleh seorang kepala desa yaitu Bapak Syarifuddin Lana, didampingi Sekertaris desa yaitu bapak Zuhaimi. Desa Kecapi memiliki 3 Kepala Urusan (KAUR) dan 3 Kepala Seksi (KASI). Kepala Urusan (KAUR) memiliki tugas ,seperti mengurus administrasi kependudukan, pembuatan dan penerbitan dokumen kependudukan, dan pengelolaan data penduduk. Sedangkan 3 Kepala Seksi (KASI) memiliki tugas menyusun rencana, program, dan kegiatan sesuai dengan bidangnya masing-masing, serta melaksanakan dan mengawasi kegiatan-kegiatan tersebut. Desa Kecapi terbagi menjadi 4 dusun. Masing-masing dusun dipimpin oleh 1 Kepala Dusun. Wilayah setiap dusun dibagi menjadi beberapa bagian yang setiap wilayahnya di ketuai oleh RT. Berikut ini adalah struktur pemerintahan di desa Kecapi.

BAGAN STRUKTUR PEMERINTAHAN DESA KECAPI



Gambar 1. 1 Struktur Pemerintahan Desa Kecapi

1.1.2 Profil UMKM

Salah satu potensi ekonomi masyarakat di wilayah sekitar Desa Kecapi adalah berkembangnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memanfaatkan sumber daya lokal. Sebagai bagian dari upaya penguatan sektor ekonomi kerakyatan, UMKM menjadi tulang punggung dalam mendukung pendapatan keluarga dan membuka lapangan kerja skala kecil di desa.

Contoh nyata dari potensi tersebut adalah UMKM Emping yang berlokasi di, Desa Kecapi, Kecamatan Kalianda, yang masih berada dalam wilayah pengembangan kawasan sekitar Kecamatan Kalianda, Lampung Selatan. UMKM ini berdiri sejak tahun 2015 dan dikelola oleh Ibu Marpuah. Keberadaan UMKM Emping menunjukkan bagaimana masyarakat desa mulai memanfaatkan potensi hasil bumi dan kearifan lokal menjadi produk bernilai jual. Meskipun demikian, UMKM ini masih menghadapi sejumlah kendala, seperti terbatasnya pengetahuan tentang pemasaran digital dan kurangnya inovasi produk dan kemasan, yang membuat daya saingnya di pasar masih rendah.

Kondisi ini mencerminkan tantangan umum yang juga dihadapi oleh UMKM di Desa Kecapi dan sekitarnya, yaitu keterbatasan akses informasi, rendahnya literasi digital, serta belum optimalnya pengembangan kapasitas SDM. Oleh karena itu, dalam rangkaian kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), mahasiswa turut mengambil peran aktif dalam memberikan pendampingan pemasaran digital (digital marketing), pelatihan penggunaan media sosial, serta membantu perancangan ulang label dan kemasan produk yang lebih menarik.

1.2 Rumusan Masalah

Dari berbagai uraian diatas, dapat ditarik beberapa rumusan masalah yang akan penulis rangkum diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial dapat membantu UMKM Emping Desa Kecapi dalam memperluas jangkauan pasar?
2. Apa strategi yang tepat untuk meningkatkan branding UMKM Emping melalui Instagram dan Tiktok ?
3. Bagaimana pelatihan dan pendampingan dapat meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM agar mampu mengelola pemasaran secara mandiri ?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Tujuan Khusus Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan kepada UMKM Emping tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran.
2. Membantu UMKM Emping membangun branding produk melalui konten kreatif di Instagram dan Tiktok.
3. Meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM sehingga mampu mengelola pemasaran secara mandiri dan berkelanjutan.

1.3.2 Manfaat

Berikut adalah beberapa manfaat pelaksanaan PKPM bagi UMKM emping, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Emping Desa Kecapi

- a. Membantu UMKM memperoleh peningkatan keterampilan digital melalui pelatihan media sosial sehingga mampu mengelola konten pemasaran secara lebih modern dan efektif.
- b. Membantu UMKM dalam membangun branding produk yang lebih kuat, sehingga emping dapat dikenal lebih luas dan memiliki citra merek yang menarik di mata konsumen.
- c. Memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan penjualan dan mendukung keberlanjutan usaha.

2. Bagi Mahasiswa

- a. Memberikan kesempatan untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di perkuliahan, khususnya di bidang digital marketing dan pemberdayaan masyarakat.
- b. Menambah pengalaman praktis dalam melakukan pendampingan, pelatihan, serta pengelolaan program pengabdian berbasis teknologi.

3. Bagi Perguruan Tinggi (IIB Darmajaya)

- a. Menjadi bukti implementasi nyata Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat.
- b. Meningkatkan peran kampus dalam mendukung pengembangan UMKM berbasis digital di daerah.

1.4 Mitra yang Terlibat

1. Kepala Desa Kecapi, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Lampung.
2. Seluruh Aparatur Desa Kecapi, Kecamatan. Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan.

3. Kepala Dusun Desa Kecapi, Kecamatan. Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan.
4. Ketua RT Desa Desa Kecapi, Kecamatan. Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan.
5. Pemilik UMKM Emping di Desa Kecapi, Kecamatan. Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan.
6. Lingkungan masyarakat Desa Kecapi.