

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar belakang**

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya sebagai perguruan tinggi yang memiliki tugas dan fungsi untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan mahasiswa yaitu Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), PKPM merupakan sebuah kegiatan pembelajaran yang berada dilapangan yang dilakukan oleh mahasiswa, diharapkan dapat memberi solusi mengenai persoalan yang ada di dalam masyarakat. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa, memberikan pembelajaran bagi mahasiswa untuk berinteraksi dengan masyarakat sekitar.

Dalam pelaksanaannya, Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), memiliki beberapa tahapan, di antaranya tahap persiapan, pembekalan, pelepasan, observasi, pelaksanaan program, hingga tahap pelaporan. Pada prosesnya, mahasiswa diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa pemikiran, tenaga, serta ilmu pengetahuan dalam merencanakan dan melaksanakan program yang bermanfaat bagi pengembangan UMKM maupun desa. Bertepatan dengan itu, penulis melaksanakan kegiatan KKN ini di Desa Sukaraja, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, dengan fokus pada pengembangan pemasaran dan branding produk kerajinan bambu desa.

UMKM merupakan kegiatan usaha produktif yang dijalankan oleh individu maupun badan usaha perseorangan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia. Setiap tahun jumlah UMKM di Indonesia terus bertambah, bahkan memiliki peluang besar untuk memberikan kontribusi lebih signifikan terhadap perekonomian nasional (Caroline, 2024)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian masyarakat, khususnya dalam upaya pemulihan

ekonomi pasca pandemi dan menghadapi tantangan global. UMKM kerajinan bambu di Desa Sukaraja merupakan salah satu potensi unggulan yang mengandalkan kearifan lokal, keterampilan tangan, dan nilai seni yang tinggi. Namun, di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif, metode pemasaran konvensional yang selama ini digunakan dirasa kurang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Pemanfaatan teknologi digital membuka kesempatan berharga bagi UMKM untuk memperkuat daya saing mereka di tengah persaingan industri yang semakin ketat saat ini. (Agustin et al., 2023)

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, media digital dan media sosial menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas bisnis modern. Pemanfaatan platform seperti Instagram, Facebook, marketplace, dan toko online memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan membangun kesadaran merek (*brand awareness*). Strategi pemasaran multichannel memungkinkan produk kerajinan bambu menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif terjangkau serta interaksi yang lebih cepat dan efektif dengan konsumen.

Namun, meskipun potensi ini besar, masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya mengoptimalkan strategi pemasaran digital. Tantangan yang dihadapi meliputi kurangnya pemahaman dalam mengelola akun media sosial secara konsisten, keterbatasan keterampilan membuat konten yang menarik, serta belum maksimalnya penggunaan fitur-fitur digital seperti iklan berbayar, analitik, dan strategi *storytelling*.

Kerajinan bambu Desa Sukaraja menghadapi tantangan yang sama. Agar mampu bersaing, diperlukan penguatan branding melalui pembuatan konten digital kreatif, desain logo yang merepresentasikan identitas produk, video pendek yang menarik, serta narasi *storytelling* yang menonjolkan nilai kearifan lokal dan keunikan produk. Dengan strategi pemasaran multichannel yang tepat, diharapkan UMKM bambu Desa Sukaraja dapat memperluas

jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, serta membangun citra merek yang kuat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis melaksanakan program kerja individu PKPM dengan judul **“Strategi Branding Digital Untuk Umkm Kerajinan Bambu Melalui Media Sosial Dan Pemasaran Konten”**. Program ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi pelaku UMKM bambu dalam menghadapi era digital dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

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

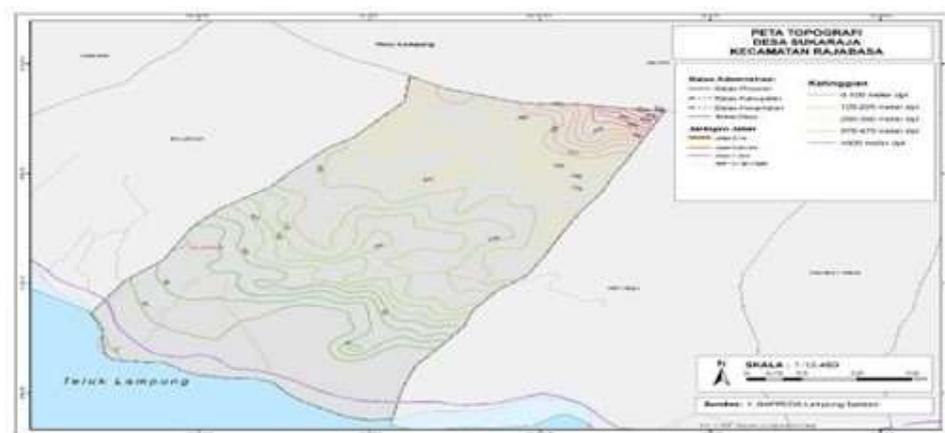
Desa Sukaraja berada di Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan memiliki jarak yang cukup dekat dengan Gunung Anak Krakatau. Desa pesisir pantai tersebut memiliki luas administratif ± 905Ha. Desa Sukaraja juga telah diresmikan menjadi Desa Maritim pertama di Kabupaten Lampung Selatan pada 4 November 2020. Dominasi penggunaan lahan berupa perkebunan seluas 439,75 Ha dan luas permukiman 100 Ha. Kepadatan bangunan terpusat di pesisir pantai yang dekat dengan jalan utama. Desa Sukaraja merupakan daerah pesisir Pantai dengan panjang pantainya 2200 meter yang mempunyai keindahan secara alami.

Desa Sukaraja terdiri atas 4 (empat) Dusun/RW dan 24 RT. Desa ini dihuni oleh 3.196 jiwa penduduk dengan rasio penduduk perempuan 1.541 jiwa dan laki- laki 1.655 jiwa yang terbagi dalam 920 Kepala Keluarga (KK). Mata pencaharian penduduk Sebagian besar (70%) sebagai petani dan 23% penduduk bekerja menjadi nelayan. Hasil pertanian/perkebunan antara lain padi, jagung, pisang, kelapa, durian, rambutan, sayuran. Hasil perikanan Desa Sukaraja dengan hasil tangkapan nelayan dengan cara tradisional. Sarana Pendidikan yang ada di Desa Sukaraja antara lain 2 (dua) PAUD, 1 (satu) Sekolah Dasar Negeri, 1 (satu) MI dan (satu) SMP Negeri dan juga terdapat 1( satu ) YAYASAN PONPES NURUL ISLAM .

Desa Sukaraja berbatasan dengan Gunung Rajabasa di sebelah utara, sebelah selatan berbatasan dengan Pantai/Laut, Selat Sunda, sebelah barat berbatasan dengan Desa Rajabasa dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Way Muli. Berada di kaki Gunung Rajabasa, desa ini dilewati aliran sungai Way Tayas dan Way Pangkul. Sungai-sungai tersebut juga menjadikan sumber air bersih Desa Sukaraja, meskipun berada di kawasan pesisir pantai. Masyarakat Desa Sukaraja secara swadaya membuat saluran air dengan menggunakan selang dan pipa untuk mengalirkan air bersih dari sungai yang ada di Gunung Rajabasa menuju rumah-rumah.

Tabel 1. 1 Profil Desa

<b>Nama Desa/Kelurahan</b>	Desa Sukaraja
<b>Kecamatan</b>	Rajabasa
<b>Kabupaten/Kota</b>	Lampung Selatan
<b>Provinsi</b>	Lampung
<b>Jumlah Penduduk Laki-Laki</b>	1.655
<b>Jumlah Penduduk Perempuan</b>	1.541
<b>Total Penduduk</b>	3.196
<b>Jumlah KK</b>	920
<b>Luas Wilayah</b>	905Ha



Gambar 1. 1 Peta Desa Sukaraja

Tabel 1. 2 Potensi Desa

No	Potensi Desa Sukaraja
1.	Pesawahan
2.	POSYANDU
3.	UMKM MAKANAN
4.	UMKM KERAJINAN TANGAN
5.	Pariwisata



Gambar 1. 2 Struktur Pemerintahan Desa Sukaraja

### 1.1.1 Profil BUMDes

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dengan nama Tunas Mekar Sukaraja merupakan lembaga usaha yang dimiliki dan dikelola oleh Desa Sukaraja, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan. Tujuan utama BUMDes ini adalah meningkatkan perekonomian desa serta kesejahteraan masyarakat.

BUMDes Tunas Mekar Sukaraja bergerak di berbagai bidang usaha, salah satunya kerajinan bambu. Produk yang dikembangkan berbahan dasar bambu, antara lain miniatur asbak, kapal-kapalan, angklung, pesawat, hingga aksesoris dekorasi yang memiliki nilai seni tinggi.

Selain itu, BUMDes Tunas Mekar Sukaraja juga merintis berbagai usaha lain yang mendukung potensi lokal desa, seperti pengolahan hasil pertanian, pemasaran produk UMKM, serta pengembangan wisata berbasis budaya dan lingkungan. Dengan sistem pengelolaan yang profesional serta berorientasi pada pemberdayaan masyarakat, BUMDes ARUNIKA diharapkan mampu menjadi motor penggerak ekonomi desa, meningkatkan kreativitas, serta mendorong kemandirian warga dalam menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar.

### 1.1.2 Profil UMKM

Arunika Kerajinan Bambu adalah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang berlokasi di Desa Sukaraja dan berfokus pada pembuatan produk kerajinan tangan berbahan dasar bambu. Dengan memanfaatkan potensi alam lokal, kami menciptakan karya unik dan bernilai seni tinggi seperti miniatur pesawat, miniatur kapal layar, dan asbak bambu.

Produk kami mengutamakan kualitas, keindahan, dan keunikan desain sehingga cocok sebagai hiasan, cinderamata, maupun koleksi pribadi. Proses produksi dilakukan secara manual oleh pengrajin terampil desa dengan teknik tradisional yang dipadukan dengan sentuhan desain modern. Berikut profil UMKM ARUNIKA

Tabel 1. 3 Profil UMKM

<b>Nama Usaha</b>	: ARUNIKA
<b>Nama Pemilik</b>	: BUM Des Tunas Mekar Sukajara
<b>Jenis-jenis produk</b>	: miniatur pesawat, miniatur kapal layar, dan asbak bambu
<b>Tahun Berdiri</b>	: 2025
<b>Alamat Pemilik Usaha</b>	: Jl. Bangka No.37, RT/RW 04/01B Kelurahan Hadimulyo Barat, Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro, Lampung

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam program kerja ini adalah:

1. Bagaimana mengoptimalkan pemasaran produk kerajinan bambu ARUNIKA melalui strategi pemasaran multichannel?
2. Bagaimana mengembangkan branding digital yang efektif untuk meningkatkan daya tarik produk kerajinan bambu ARUNIKA di pasar online?
3. Bagaimana membuat konten digital kreatif yang mampu menarik perhatian konsumen dan membangun citra merek kerajinan bambu ARUNIKA?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat

### 1.3.1 Tujuan

1. Mengoptimalkan pemasaran produk kerajinan bambu melalui berbagai saluran digital, seperti Instagram, marketplace, dan toko online.
2. Mengembangkan branding produk melalui desain logo, identitas visual, dan konten kreatif.
3. Meningkatkan daya tarik promosi dengan pembuatan video pendek dan penerapan *storytelling* berbasis kearifan local

### 1.3.2 Manfaat

Adapun manfaat dari penulisan laporan kegiatan PKPM ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi UMKM ARUNIKA
  - a) Meningkatkan volume penjualan produk kerajinan bambu melalui pemasaran digital yang lebih luas.
  - b) Memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat regional dan nasional.
  - c) Memperkuat identitas merek (*brand identity*) sehingga lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.

2. Bagi Masyarakat
  - a) Membuka peluang kerja baru melalui peningkatan produksi dan pemasaran.
  - b) Meningkatkan pendapatan masyarakat yang terlibat dalam industri kerajinan bambu.
  - c) Memberikan pengetahuan baru terkait pemasaran digital yang dapat diterapkan pada usaha lain.
3. Bagi Mahasiswa
  - a) Mengasah keterampilan digital marketing, desain grafis, dan pembuatan konten kreatif.
  - b) Menerapkan ilmu dan teori yang dipelajari di bangku kuliah ke dalam praktik nyata.
  - c) Mengembangkan kemampuan komunikasi, kerjasama tim, dan manajemen proyek di lapangan.
4. Bagi Perguruan Tinggi
  - a) Mewujudkan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pengabdian kepada masyarakat.
  - b) Memperkuat citra positif perguruan tinggi melalui kontribusi nyata mahasiswa dalam pemberdayaan desa.
  - c) Membangun hubungan kemitraan yang baik antara perguruan tinggi dan masyarakat desa

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

1. Perangkat Desa Sukaraja Memberikan dukungan, izin, dan fasilitas selama pelaksanaan program.
2. BUMDes Sukaraja Menjadi mitra utama dalam mengelola dan memasarkan produk kerajinan bambu.
3. Masyarakat Desa Sukaraja Berpartisipasi dalam pelaksanaan dan pengembangan program.
4. MI Darussalam menjadi salah satu mitra dalam pelaksanaan program kerja