

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada bidang pengabdian kepada masyarakat. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya dibekali kemampuan teoritis, tetapi juga dituntut untuk mampu mengaplikasikan ilmu pengetahuan secara langsung guna memberikan solusi nyata terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat. PKPM menjadi sarana kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat dalam mendukung pembangunan daerah serta meningkatkan daya saing lokal melalui inovasi dan kreativitas. Desa Way Kalam, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan, dikenal memiliki potensi besar dalam sektor pertanian, perkebunan, pariwisata, dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Salah satu sektor yang cukup menonjol adalah UMKM berbasis olahan pangan, khususnya produk keripik pisang. Lampung sebagai salah satu sentra produksi pisang terbesar di Indonesia memberikan peluang besar bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis komoditas lokal tersebut.

Salah satu UMKM yang berkembang di desa ini adalah Banana Chips by Dimas Snack, yang memproduksi berbagai varian rasa keripik pisang seperti coklat lumer, coklat keju, coklat kacang, taro, vanilla, tiramisu, stroberi, green tea, original, hingga varian terbaru yaitu durian. Produk ini memiliki potensi pasar yang cukup luas, baik sebagai oleh-oleh khas Lampung maupun untuk dipasarkan secara digital ke luar daerah. Namun, berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, terdapat beberapa permasalahan dalam aspek pemasaran digital (digital marketing), yaitu:

1. Jangkauan pemasaran masih terbatas. Selama ini penjualan produk lebih banyak dilakukan secara offline dan melalui media sosial pribadi, sehingga pangsa pasar belum optimal.
2. Belum memanfaatkan marketplace secara maksimal. UMKM belum memiliki akun resmi di platform e-commerce seperti Tokopedia, yang sebenarnya dapat memperluas akses konsumen dan meningkatkan kepercayaan pembeli.
3. Promosi melalui TikTok belum terintegrasi dengan fitur keranjang kuning. Padahal, TikTok menjadi salah satu media sosial dengan pengaruh besar terhadap tren konsumsi, terutama di kalangan generasi muda. Dengan menghubungkan konten promosi ke keranjang kuning, calon konsumen dapat langsung melakukan pembelian dengan mudah.
4. Kurangnya pemahaman strategi digital marketing. Pemilik usaha masih menganggap promosi online sebatas posting produk, tanpa memperhatikan optimasi konten, target audiens, serta konsistensi branding.

Jika permasalahan tersebut dibiarkan, maka UMKM akan menghadapi risiko stagnasi penjualan, kalah bersaing dengan produk sejenis yang lebih gencar melakukan pemasaran online, serta kehilangan peluang untuk memperluas pasar ke tingkat nasional. Untuk menjawab tantangan tersebut, diperlukan optimalisasi digital marketing melalui pembuatan akun toko resmi di Tokopedia serta integrasi keranjang kuning di TikTok. Tokopedia sebagai salah satu marketplace terbesar di Indonesia dapat menjadi media transaksi yang aman, terpercaya, dan menjangkau konsumen secara lebih luas. Sementara itu, TikTok dengan algoritma berbasis konten viral mampu menjadi saluran promosi efektif yang dapat meningkatkan brand awareness sekaligus konversi penjualan.

Selain pembuatan akun dan integrasi, penting pula untuk memberikan edukasi strategi digital marketing kepada pemilik UMKM, seperti cara membuat konten menarik, penggunaan foto/video produk yang berkualitas, pengaturan katalog di marketplace, serta analisis sederhana untuk mengevaluasi efektivitas promosi. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian

pada UMKM dengan judul **“Optimalisasi Digital Marketing UMKM Banana Chips by Dimas Snack di Desa Way Kalam Kecamatan Penengahan Melalui Pembuatan Akun Toko di Tokopedia dan Menghubungkan Keranjang Kuning di TikTok.”** Program ini diharapkan dapat membantu pemilik UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Desa Way Kalam merupakan salah satu desa di Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Desa ini terletak di lereng Gunung Rajabasa dengan ketinggian sekitar 372 meter di atas permukaan laut, memiliki kondisi geografis yang beragam mulai dari dataran rendah, perbukitan, hingga pegunungan. Keberagaman topografi tersebut menjadikan Desa Way Kalam memiliki tanah yang subur serta iklim tropis dengan dua musim, yaitu musim hujan dan musim kemarau. Kondisi tersebut mendukung berkembangnya sektor pertanian dan perkebunan sebagai salah satu basis utama perekonomian masyarakat.

Jumlah penduduk Desa Way Kalam tercatat sekitar 1.252 jiwa yang terdiri atas 606 laki-laki dan 646 perempuan. Mayoritas masyarakat berprofesi sebagai petani dan pekebun dengan komoditas utama berupa pisang, kopi, dan cengkeh. Selain komoditas unggulan tersebut, masyarakat juga mengembangkan berbagai hasil hortikultura berupa sayur-sayuran dan buah-buahan untuk konsumsi rumah tangga maupun pasar lokal. Hasil pertanian ini tidak hanya dijual dalam bentuk bahan mentah, tetapi juga diolah menjadi produk bernilai tambah, seperti keripik pisang yang telah menjadi ikon khas desa. Hal ini menunjukkan bahwa potensi ekonomi Desa Way Kalam tidak hanya terletak pada sektor primer, tetapi juga pada sektor pengolahan melalui UMKM.

Selain sebagai desa agraris, Way Kalam juga dikenal sebagai desa wisata yang memiliki daya tarik alam, budaya, dan edukasi. Keindahan Air Terjun Indukan Way Kalam dan Air Terjun Anakan Way Kalam menjadikan desa ini ramai dikunjungi wisatawan lokal maupun dari luar daerah. Keberadaan air terjun yang masih asri dipadukan dengan jalur trekking di hutan Gunung Rajabasa menjadikan kawasan ini sebagai destinasi ekowisata yang potensial. Masyarakat setempat turut berperan dalam pengembangan wisata melalui penyediaan homestay, atraksi seni budaya, kuliner lokal, dan produk kerajinan. Sejak tahun 2015, Way Kalam resmi dikembangkan sebagai desa wisata berbasis alam dan budaya.

Komitmen desa dalam mengembangkan pariwisata dibuktikan dengan berbagai prestasi. Desa Way Kalam pernah masuk dalam 300 besar Anugerah Desa Wisata Indonesia pada tahun 2021 dan 2022, serta ditetapkan sebagai Desa Wisata Binaan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2023. Selain itu, Way Kalam juga memperoleh penghargaan sebagai Juara I Nasional dalam kategori Pengelolaan Hutan Desa (Wana Lestari) dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Pengakuan tersebut menunjukkan bahwa desa ini tidak hanya memiliki potensi wisata, tetapi juga berhasil mengelolanya dengan prinsip pelestarian alam dan keberlanjutan lingkungan.

Dari aspek tata kelola pemerintahan, Desa Way Kalam termasuk desa yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Pemerintah desa telah menerapkan Sistem Informasi Pemerintahan Desa dan Kelurahan (SIPDeskel) sebagai upaya untuk meningkatkan transparansi dan efektivitas pelayanan publik. Transparansi anggaran juga diwujudkan melalui publikasi APBDesa secara daring, dengan contoh realisasi pendapatan asli desa tahun 2024 yang mencapai 100% sebesar

Rp3.000.000, serta realisasi dana transfer sebesar 71% dari Rp1.345.249.456. Selain itu, Desa Way Kalam juga menjadi perwakilan Kabupaten Lampung Selatan dalam penilaian Desa Antikorupsi tingkat Provinsi Lampung dengan skor tinggi, yaitu 96,5. Hal ini menegaskan adanya komitmen terhadap tata kelola pemerintahan yang bersih dan akuntabel.

Dengan seluruh potensi tersebut, baik di bidang pertanian, perkebunan, UMKM, maupun pariwisata, Desa Way Kalam merupakan desa yang produktif dan berdaya saing. Apabila potensi ini terus dikembangkan melalui kerja sama antara pemerintah desa, BUMDes, kelompok sadar wisata, serta masyarakat, maka Desa Way Kalam berpeluang besar untuk berkembang menjadi desa mandiri yang mampu meningkatkan kesejahteraan warganya secara berkelanjutan.



Gambar 1.1 Peta Desa Way Kalam



Gambar 1.2 Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Way Kalam

1.1.2 Profil BUMDes

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Way Kalam merupakan lembaga ekonomi desa yang didirikan untuk mengelola potensi lokal serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. BUMDes berfungsi sebagai penggerak ekonomi desa dengan menjalankan beberapa unit usaha strategis.

Salah satu peran utama BUMDes adalah dalam pengelolaan wisata Air Terjun Way Kalam, yang mencakup penyediaan fasilitas, pemeliharaan lingkungan, serta kerja sama dengan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dalam menarik kunjungan wisatawan. Selain itu, BUMDes juga menjalankan unit simpan pinjam yang memberikan akses permodalan bagi masyarakat, khususnya pelaku UMKM yang membutuhkan tambahan modal usaha.

BUMDes Way Kalam juga turut mendukung pengembangan UMKM lokal dengan memfasilitasi promosi produk, menyediakan ruang bagi pelaku usaha kecil dalam kegiatan desa, serta menjembatani kerja sama

dengan pihak luar. Dengan demikian, BUMDes berperan tidak hanya sebagai lembaga ekonomi desa, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat.

Keberadaan BUMDes Way Kalam menjadi pilar penting dalam penguatan ekonomi desa. Melalui pengelolaan potensi desa yang baik, BUMDes diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan desa, serta mendukung kemandirian Desa Way Kalam dalam jangka panjang.

1.1.3 Profil UMKM

UMKM Banana Chips Dimas Snack merupakan salah satu usaha mikro yang tumbuh di Desa Way Kalam, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan. Usaha ini bergerak di bidang pengolahan pisang nangka menjadi keripik dengan berbagai varian rasa yang digemari oleh konsumen. Pemilihan pisang nangka sebagai bahan baku utama karena teksturnya yang padat serta cita rasa khas, sehingga menghasilkan keripik dengan kualitas renyah dan bercita rasa tinggi.

UMKM ini dikelola oleh pemilik dengan dibantu lima orang karyawan perempuan. Seluruh tenaga kerja memiliki peran dalam proses produksi, mulai dari pengupasan, pengirisan, penggorengan, pencampuran bumbu menggunakan mesin pengaduk, penimbangan, hingga pengemasan. Dengan adanya pembagian tugas yang jelas, proses produksi menjadi lebih efektif.

Dalam kegiatan operasional, Banana Chips Dimas Snack didukung oleh beberapa peralatan produksi, antara lain:

1. Mesin pengaduk varian rasa, untuk memastikan bumbu tercampur merata.
2. Timbangan digital, guna menjaga konsistensi berat setiap kemasan.
3. Alat pengeratan packaging (sealer), untuk merekatkan kemasan sehingga lebih rapat, higienis, dan tahan lama.
4. Kemasan modern yang dipesan dari Bandung, sehingga produk memiliki tampilan yang menarik dan bernilai jual tinggi.

Produk yang dihasilkan memiliki beragam varian rasa seperti coklat, coklat kacang, coklat keju, keju, vanilla, taro, stroberi, greeentea, tiramisu, original dan varian terbarunya yaitu durian. Keragaman varian rasa tersebut menjadikan produk Banana Chips Dimas Snack dapat diterima oleh berbagai segmen konsumen.

Dalam aspek pemasaran, UMKM Banana Chips by Dimas Snack sudah memiliki akun media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta marketplace Shopee. Namun, hingga saat ini akun-akun tersebut belum dikelola secara aktif karena belum tersedia konten promosi, foto produk yang menarik, maupun strategi pemasaran digital yang terencana. Kondisi ini membuat aktivitas pemasaran masih lebih banyak dilakukan secara tradisional, yaitu melalui penjualan langsung di warung-warung, pesanan individu, dan distribusi terbatas di lingkungan sekitar. Dengan potensi pemasaran digital yang belum dimanfaatkan secara optimal, terdapat peluang besar bagi UMKM ini untuk memperluas jangkauan pasar hingga tingkat regional maupun nasional melalui pengelolaan media sosial yang profesional serta pemanfaatan marketplace yang tepat.

Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah pembuatan akun toko resmi di Tokopedia dan menghubungkan fitur keranjang kuning di

TikTok. Tokopedia dapat menjadi sarana transaksi yang lebih aman dan terpercaya, sedangkan TikTok dengan fitur keranjang kuning memungkinkan konsumen melakukan pembelian secara langsung melalui konten promosi. Integrasi kedua platform ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pemasaran digital, menarik lebih banyak konsumen, serta mendorong peningkatan penjualan.

Dengan dukungan bahan baku lokal, tenaga kerja yang tersedia, serta inovasi dalam pengelolaan digital marketing, UMKM Banana Chips by Dimas Snack memiliki prospek besar untuk berkembang menjadi salah satu ikon produk unggulan Desa Way Kalam.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada pembuatan laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini adalah :

1. Apakah pembuatan akun toko di Tokopedia dapat membantu meningkatkan jangkauan pemasaran UMKM Banana Chips by Dimas Snack?
2. Apakah pemanfaatan konten promosi melalui TikTok mampu meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Banana Chips by Dimas Snack?
3. Apakah penerapan strategi digital marketing melalui Tokopedia dan TikTok dapat meningkatkan penjualan serta brand awareness UMKM Banana Chips by Dimas Snack?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Membantu UMKM Banana Chips by Dimas Snack dalam membuat dan mengoptimalkan akun toko resmi di Tokopedia.
2. Menghubungkan akun TikTok dengan fitur keranjang kuning agar mempermudah transaksi konsumen.

3. Memberikan pendampingan dalam penerapan strategi digital marketing untuk meningkatkan penjualan dan daya saing produk

1.3.2 Manfaat Bagi UMKM

1. Membantu meningkatkan jangkauan pemasaran produk melalui pemanfaatan marketplace Tokopedia dan media sosial TikTok.
2. Mempermudah proses transaksi dengan konsumen melalui fitur keranjang kuning di TikTok.
3. Meningkatkan brand awareness dan daya saing produk Banana Chips by Dimas Snack di pasar lokal maupun nasional.
4. Meningkatkan brand awareness dan daya saing produk Banana Chips by Dimas Snack di pasar lokal maupun nasional.
5. Mendorong peningkatan penjualan dan omset usaha melalui promosi digital yang lebih efektif dan terukur.

1.3.3 Manfaat Bagi Desa

1. Memberikan inspirasi bagi pelaku usaha lain untuk mengoptimalkan digital marketing dalam mengembangkan usahanya.
2. Membuka peluang kerja sama antar-UMKM dalam memasarkan produk secara online.
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya transformasi digital di era modern.
4. Mendukung peningkatan ekonomi lokal melalui tumbuhnya usaha kecil berbasis digital.
5. Menjadi contoh praktik baik dalam pengembangan usaha berbasis teknologi yang dapat ditiru oleh masyarakat sekitar.

1.3.4 Manfaat Bagi Kampus IIB Darmajaya

1. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di lapangan.
2. Memperkuat hubungan antara kampus dengan masyarakat melalui kegiatan pengabdian yang bermanfaat.
3. Meningkatkan reputasi kampus sebagai lembaga pendidikan tinggi yang peduli terhadap pemberdayaan masyarakat dan pengembangan UMKM lokal.
4. Menjadi sarana bagi kampus dalam mengukur sejauh mana kontribusi mahasiswa dalam memberikan solusi nyata terhadap permasalahan di masyarakat.
5. Memperkuat hubungan kemitraan antara perguruan tinggi dengan pelaku UMKM lokal.

1.4 Mitra Yang Terlibat

1. UMKM Mitra → Banana Chips Dimas Snack sebagai objek pendampingan.
2. Mahasiswa IIB Darmajaya → sebagai pelaksana kegiatan PKPM, khususnya dalam memberikan pendampingan pembuatan akun toko di Tokopedia serta menghubungkan fitur keranjang kuning di TikTok.
3. Pemerintah Desa Way Kalam → sebagai fasilitator dan pendukung kegiatan mahasiswa selama program PKPM berlangsung.
4. BUMDes Way Kalam → sebagai lembaga desa yang berperan dalam mendukung pengembangan UMKM lokal dan potensi ekonomi desa.
5. Masyarakat sekitar → terutama konsumen lokal dan jaringan pemasaran yang berhubungan langsung dengan UMKM.