

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu bentuk kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat di desa atau di daerah domisili atau daerah asal mahasiswa. Adanya Program PKPM ini diharapkan dapat mengarahkan mahasiswa untuk menerapkan, mengembangkan dan menyebar luaskan ilmu pengetahuan dan teknologi serta mengupayakan penggunaan sebaik mungkin untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. PKPM IIB Darmajaya kali ini bertemakan “Mengembangkan Potensi Daerah Berbasis Teknologi Digital Dan Ekonomi Kreatif” sesuai dengan kompetensi program studi. Kegiatan ini diharapkan dapat mengarahkan mahasiswa untuk menerapkan, mengembangkan dan menyebar luaskan ilmu pengetahuan dan teknologi serta mengupayakan penggunaannya sebaik mungkin untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Khususnya di Desa Buah Berak Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan.

Pergerakan dunia usaha yang berkembang begitu pesat saat ini, semakin menempatkan begitu pentingnya ilmu manajemen pemasaran. Karena pemasaran adalah ujung tombaknya perusahaan. Itu terlihat jelas ketika orang-orang pemasaran yang ditugaskan untuk menembus dan membuka jaringan pasar. Apabila semakin banyak semakin banyak orang memproduksi produk yang sejenis, maka konsumen akan membeli produk yang harganya murah dengan kualitas rendah atau membeli produk yang kualitasnya bagus walaupun harganya mahal, karena kunci sesungguhnya dari kepemimpinan pasar adalah kualitas unggul yang dirasakan konsumen. Oleh karena itu, pengusaha harus mengetahui lebih mendalam apa yang sebenarnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dari suatu produksi. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dapat dianggap sebagai solusi masalah yang mampu menjawab setiap perkembangan permasalahan dalam bidang pemasaran. Maka memahami bauran pemasaran

secara konsep menjadi penting sebelum memutuskan pasar dan mendeteksi apa yang menjadi permasalahan di pasar.

Kotler memperkenalkan *Marketing Mix* pada produk barang yang kita kenal selama ini berbeda dengan *marketing mix* untuk produk jasa. *Marketing mix* produk mencakup konsep 4P yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), dan *place* (distribusi). Sedangkan untuk *marketing mix* jasa para ahli menambahkan 3P yang meliputi *people*, *process*, dan *physical*.

Dalam bauran pemasaran produk, perusahaan hendaknya memilih jenis produk yang akan diproduksi dan menciptakan produk yang diterima oleh masyarakat. Jika tidak ada produk, maka tidak akan ada pemindahan hak milik sehingga tidak ada marketing. Semua kegiatan *marketing* lainnya dipakai untuk menunjang gerakan produk.

Harga merupakan salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dari penjualan produk dan juga menentukan nilai dari suatu produk. Biaya, keuntungan, persaingan, dan perubahan keinginan pasar merupakan hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam penepatan harga suatu produk.

Untuk bauran pemasaran promosi, dalam hal ini merupakan sarana komunikasi antara produsen dengan konsumen. Dengan adanya komunikasi, konsumen akan mengetahui produk yang dipasarkan oleh produsen. Promosi bertujuan untuk memodifikasi tingkah laku, memberitahu, membujuk, dan mengingatkan.

Bauran pemasaran yang terakhir yaitu distribusi, termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran. Distribusi juga dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Dengan adanya kegiatan PKPM di Desa Buah Berak diharapkan mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan adanya loyalitas pelanggan, maka akan mampu meningkatkan pendapatan pengusaha dibidang penjualan.

Metode kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahap, menganalisis situasi dengan observasi langsung, wawancara ke pihak-pihak terkait, menetapkan program yang relevan seperti sosialisasi bagaimana memanfaatkan media sosial secara optimal guna memperluas jaringan pemasaran.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengangkat permasalahan pada UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby di Desa Buah Berak yaitu dengan mengangkat judul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK KERUPUK TAHU BAGUS HASBY BERBASIS *MARKETING MIX* : STUDI KASUS UMKM DI DESA BUAH BERAK”**

1.1.1 Profil Dan Potensi Desa

Desa Buah Berak merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Desa ini mulai dihuni sejak awal tahun 1940-an dan secara administratif ditetapkan sebagai desa definitif sekitar tahun 1955, seiring dengan gelombang pemukiman baru dan pembentukan pemerintahan desa pascakemerdekaan Republik Indonesia. Keberadaan desa ini tidak lepas dari sejarah dan perkembangan masyarakatnya yang tumbuh dari kelompok-kelompok kecil menjadi komunitas yang terorganisir.

Asal-usul nama “Buah Berak” memiliki cerita unik yang menjadi identitas khas masyarakat setempat. Menurut penuturan para tokoh masyarakat, nama ini berasal dari dua kata, yaitu “buah” yang merujuk pada pohon pinang yang banyak tumbuh di wilayah tersebut, dan “berak” atau “bekhak” dalam Bahasa Lampung yang berarti luas atau lebar. Secara harfiah, nama Buah Berak dapat dimaknai sebagai “wilayah pohon pinang yang luas”. Nama

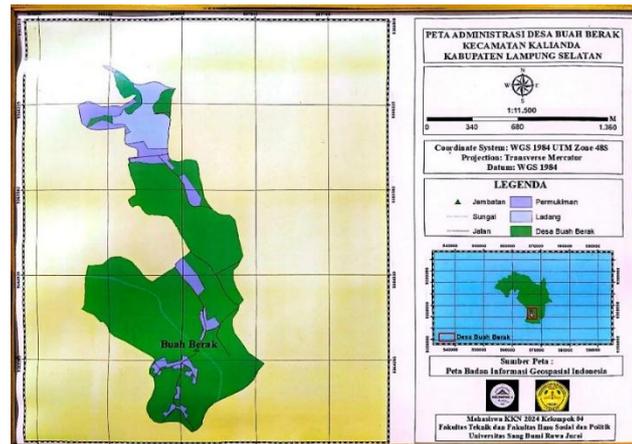
tersebut kemudian digunakan secara resmi hingga saat ini dan menjadi bagian dari kebanggaan masyarakat desa.

Secara administratif, Desa Buah Berak terbagi menjadi empat dusun, yaitu Dusun1, Dusun 2, Dusun 3, dan Dusun 4. Masing-masing dusun memiliki karakteristik sosial dan budaya yang berbeda. Dusun 1 dan Dusun 2 mayoritas dihuni oleh masyarakat Suku Lampung yang masih memegang erat adat istiadat dan tradisi setempat. Sememntara itu, Dusun 3 dan Dusun 4 didominasi oleh masyarakat Suku Sunda yang membawa pengaruh budaya dari daerah asalnya, baik dalam bahasa, kebiasaan, maupun tradisi sehari-hari. Keberagaman ini menciptakan kehidupan sosial yang harmonis, saling menghargai, dan memperkaya kebudayaan desa.

Berdasarkan data bulan Juli 2025, jumlah penduduk Desa Buah Berak mencapai 2.097 jiwa yang tersebar di 8 RT dengan 599 kepala keluarga. Dari jumlah tersebut, tercatat 1.081 jiwa laki-laki dan 1.016 jiwa Perempuan. Komposisi penduduk menunjukkan bahwa des aini memiliki potensi sumber daya manusia yang cukup besar, dengan 182 remaja putri dan 634 anak berusia 0-17 tahun yang kelak menjadi generasi penerus.



Gambar 1. 1 Struktur Pemerintahan Desa Buah Berak



Gambar 1. 2 Peta Desa Buah Berak

1. Kondisi Geografis

a) Batas Wilayah Desa Buah Berak

Letak Geografis Desa Buah Berak, terletak di antara :

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

b) Luas Wilayah Desa Buah Berak

1. Pemukiman : 40 Ha/m²
2. Persawahan : 7 Ha/m²
3. Perkebunan : 300 Ha/m²
4. Kuburan : -
5. Pekarangan : 10 Ha/m²
6. Perkantoran : -
7. Total Luas : 357 Ha/m²

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 : 40 Menit

- | | |
|---|------------------|
| 5. Jarak Ke Ibu Kota Provinsi | : 58 km |
| 6. Lama Jarak Tempuh Ke Ibu Kota Provinsi | : 1 Jam 30 Menit |

d) Iklim

- | | |
|----------------------------|---|
| 1. Curah Hujan | : |
| 2. Jumlah Bulan Hujan | : |
| 3. Kelembaban | : |
| 4. Suhu Rata-Rata Harian | : |
| 5. Tinggi Tempat Pemukiman | : |

2. Kondisi Demografi

Jumlah Kepala Keluarga : 600

a) Penduduk Menurut Jenis Kelamin

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

b) Penduduk Menurut Mata Pencaharian

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

1.1.2 Profil UMKM

Pemilik UMKM	: Bapak Tubagus Habibi
Nama Usaha	: Kerupuk Tahu Bagus Hasby
Alamat Usaha	: Jl. Way Belerang, Jl. Veteran Atas, Sumur Kumbang, Kec. Kalianda, Kabupaten

Lampung Selatan, Lampung 35551

Tahun Berdiri : 2020
Produk yang ditawarkan : Kerupuk Tahu
Masalah : Pencatatan Keuangan, Pemasaran Digital,
Pembaruan Logo dan Kemasan.

UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby yang di ketuai oleh Bapak Habibi berada di Dusun 3 Desa Buah Berak, usahanya baru saja dijalankan kurang lebih selama 5 tahun, UMKM ini merupakan UMKM rumahan dan UMKM ini hanya mensuplai toko dan pedagang eceran. Oleh karena itu, kami membantu pendampingan UMKM dalam bentuk merapihkan catatan laporan keuangan dan pembaharuan logo serta kemasan, yang diharapkan dapat membantu mengoptimalkan penjualan produk.



Gambar 1. 3 Produk Kerupuk Tahu Bagus Hasby yang masih menggunakan logo dan kemasan yang lama.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apa saja elemen-elemen *marketing mix* yang diterapkan dalam strategi pemasaran produk UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby?
2. Bagaimana pengaruh produk (*product*) dalam penerapan strategi *marketing mix* terhadap penjualan UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby?
3. Bagaimana pengaruh harga (*price*) dalam penerapan strategi *marketing mix* terhadap penjualan UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby?
4. Bagaimana pengaruh promosi (*promotion*) dalam penerapan strategi *marketing mix* terhadap penjualan UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby?
5. Bagaimana pengaruh saluran distribusi (*place*) dalam penerapan strategi *marketing mix* terhadap penjualan UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Menganalisis elemen-elemen marketing mix yang digunakan dalam strategi pemasaran produk kerupuk tahu Bagus Hasby.
2. Untuk menganalisis pengaruh produk (product) dalam penerapan strategi marketing mix terhadap peningkatan penjualan UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga (price) dalam penerapan strategi marketing mix terhadap peningkatan penjualan UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby.
4. Untuk menganalisis pengaruh promosi (promotion) dalam penerapan strategi marketing mix terhadap peningkatan penjualan UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby.
5. Untuk menganalisis pengaruh saluran distribusi (place) dalam penerapan strategi marketing mix terhadap peningkatan penjualan UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby.

1.3.2 Manfaat

1. Memberikan wawasan bagi UMKM di Desa Buah Berak tentang pentingnya penerapan strategi marketing mix dalam pemasaran produk.
2. Menjadi referensi bagi pelaku usaha lain dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk produk sejenis.
3. Meningkatkan pemahaman akademis mengenai penerapan marketing mix dalam konteks UMKM, khususnya di sektor makanan.

1.4 Mitra Yang Terlibat

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

1. Miss Betty Magdalena, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing yang berperan dalam pembimbing lapangan.
2. Seluruh Aparatur Desa Buah Berak Khususnya Kepala Desa Bapak Umar Sofriandi S.E yang memberikan izin dan mendampingi pelaksanaan kegiatan.
3. Bapak Tubagus Habibi selaku pendiri UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby, yang menjadi subjek utama dalam kegiatan branding dan digitalisasi.
4. Warga Desa Buah Berak yang memberikan dukungan selama kegiatan PKPM berlangsung.