

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya sebagai perguruan tinggi memiliki tugas dan fungsi untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat. Salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa adalah Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM). PKPM merupakan kegiatan pembelajaran lapangan yang dilakukan oleh mahasiswa untuk memberikan solusi terhadap permasalahan di masyarakat, mengembangkan potensi lokal, serta memahami kelebihan dan kekurangan masyarakat setempat. Kegiatan ini juga diharapkan dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa dan memberi pengalaman berinteraksi langsung dengan masyarakat. ((Buku Panduan PKPM Darmajaya, 2019)

Pelaksanaan PKPM meliputi tahap persiapan, pembekalan, pelepasan, observasi, pelaksanaan program kerja, hingga penyusunan laporan. Dalam pelaksanaan ini, mahasiswa diharapkan memberikan kontribusi berupa pemikiran, tenaga, dan pengetahuan dalam membantu mengembangkan potensi UMKM maupun desa (Eksistensi Peran Mahasiswa, 2022). Pada periode PKPM tahun 2025 ini, penulis melaksanakan kegiatan di Desa Pematang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, dengan fokus program kerja pada *Penerapan Sosial Media sebagai Digital Marketing untuk UMKM Dapur Bu Herlina*.

UMKM Dapur Bu Herlina merupakan salah satu usaha rumahan yang memproduksi makanan tradisional seperti **jipang kacang** dan **sagon panggang**, serta memasarkan produk kerajinan khas Lampung berupa **kopiah emas (kopiah adat Lampung/tapis)** dan **tas cantik dari kain tapis**. Produk-produk ini memiliki nilai budaya dan potensi

pasar yang besar, baik di tingkat lokal maupun nasional. Namun, pemasaran masih dilakukan secara konvensional dan terbatas di lingkungan sekitar. Minimnya pemanfaatan media digital menjadi salah satu faktor yang menghambat perkembangan usaha. (Dwitani, 2024)

Kondisi ekonomi yang belum memadai membuat pelaku UMKM sulit mengalokasikan dana untuk promosi atau pengemasan produk yang lebih menarik. Selain itu, masih terdapat pemikiran masyarakat yang cenderung kolot dan kurang terbuka terhadap inovasi pemasaran berbasis teknologi, sehingga proses pendampingan dan penerapan strategi digital marketing belum dapat berjalan maksimal. (Adnan et al., 2024)

Melalui program PKPM ini, diharapkan penerapan sosial media seperti Tiktok, dan Shopee dapat membantu meningkatkan jangkauan promosi UMKM Dapur Bu Herlina, memperluas pangsa pasar, serta mengenalkan produk-produk lokal Desa Pematang kepada khalayak yang lebih luas. Program ini tidak hanya berfokus pada pembuatan akun dan konten promosi, tetapi juga memberikan edukasi kepada pelaku UMKM agar mampu mengelola dan memanfaatkan sosial media secara mandiri dan berkelanjutan. (Jamil, 2022)

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengangkat permasalahan UMKM Dapur Bu Herlina dengan judul

“PENERAPAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM DAPUR BU HERLINA DI DESA PEMATANG, KECAMATAN KALIANDA, LAMPUNG SELATAN”.

Program ini diharapkan dapat membantu UMKM Dapur Bu Herlina dalam mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial, memperkenalkan produk secara

lebih luas, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan serta keberlangsungan usaha. (mis. Jamil, 2022)

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

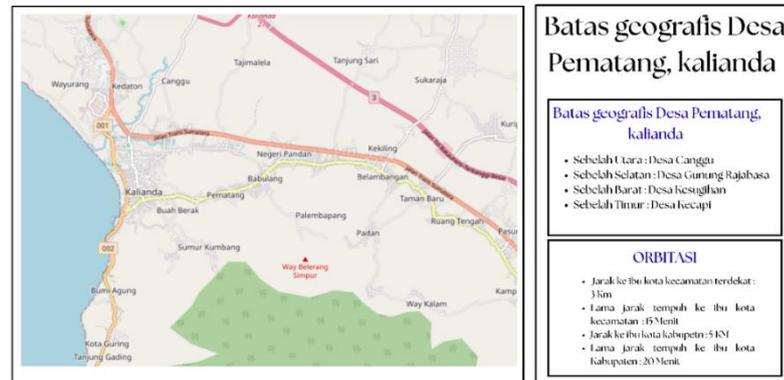


Figure 1. Peta Desa Pematang

Desa Pematang merupakan salah satu desa di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan dengan luas wilayah \pm 612 hektar, terbagi menjadi 6 dusun dan 12 Rukun Tetangga (RT). Berdasarkan data tahun 2023, jumlah penduduk Desa Pematang mencapai 2.184 jiwa dengan jumlah Kepala Keluarga (KK) sebanyak 650. Desa ini tergolong desa mandiri, didukung oleh infrastruktur yang memadai, akses jalan yang baik, serta fasilitas sosial seperti kesehatan dan pendidikan yang semakin berkembang.

wilayah	Perbatasan
Utara	Desa Canggü
Selatan	Gunung Raja Basa
Barat	Desa Kesugihan
Timur	Desa Kecapi

Table 1. Perbatasan Wilayah Desa Pematang

Mata pencaharian penduduk Desa Pematang cukup beragam, mulai dari petani, pegawai negeri sipil, pedagang, hingga pengrajin. Potensi utama desa ini terletak pada sektor pertanian dengan komoditas seperti kopi, cengkeh, jagung, pisang, dan

cokelat, serta pada sektor ekonomi kreatif melalui UMKM yang memanfaatkan kearifan lokal.

Secara keseluruhan luas wilayah desa Pematang yang terbagi beberapa wilayah yaitu:

NO	Wilayah	Luas
1	Pemukiman	612 ha
2	PertanianSawah	112 ha
3	Perkebunan/ ladang	220 ha

Table 2. Luas Wilayah Desa Pematang

Dan salah satu UMKM yang menonjol adalah *Dapur Bu Herlina*, yang memproduksi makanan tradisional khas seperti jipang kacang dan sagon panggang. Selain itu, UMKM ini juga menjual kerajinan khas Lampung berupa kopiah emas (kopiah adat tapis) dan tas cantik berbahan tapis. Produk-produk ini memiliki nilai seni dan budaya yang tinggi, sekaligus berpotensi besar untuk dipasarkan secara lebih luas.

Meskipun memiliki kualitas produk yang baik, pemasaran UMKM di Desa Pematang masih didominasi oleh metode konvensional. Minimnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi menjadi salah satu faktor yang membatasi jangkauan pasar. Padahal, dengan perkembangan teknologi digital saat ini, peluang untuk memperkenalkan produk khas desa ke pasar regional, nasional, bahkan internasional, sangat terbuka lebar.

Potensi Desa Pematang yang dapat mendukung perkembangan UMKM, khususnya Dapur Bu Herlina, antara lain:

1. Produk khas dengan cita rasa autentik dan nilai budaya tinggi.
2. Ketersediaan bahan baku lokal yang melimpah.
3. Tenaga kerja lokal yang siap diberdayakan.
4. Infrastruktur dan akses internet yang mulai memadai.

5. Dukungan dari pemerintah desa terhadap pengembangan UMKM.

Dengan potensi tersebut, penerapan strategi digital marketing berbasis media sosial diharapkan mampu menjadi solusi untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar produk UMKM di Desa Pematang.



Figure 2. Struktural Aparatur Desa Pematang

1.1.2 Profil UMKM Dapur Bu Herlina

UMKM Dapur Bu Herlina adalah salah satu pelaku usaha mikro yang berlokasi di Desa Pematang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Usaha ini berfokus pada produksi makanan tradisional dan kerajinan khas Lampung yang memiliki nilai budaya tinggi serta potensi pasar yang luas. Adapun data UMKM sebagai Berikut :

- 1) Nama : HERLINA
- 2) Nama Usaha : Dapur Bu Herlina
- 3) Alamat : Dusun II Pematang, Rt. 003/Rw. 004, Desa Pematang, Kec. Kalianda, Kab, Lampung Selatan, Prov. Lampung
- 4) Jenis Usaha : Perorangan
- 5) Jenis Produk : Makanan Tradisional, Karya Seni Adat, Barang dagangan lainnya
- 6) Skala Usaha : Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

- 7) Tahun Berdiri :
- 8) Produk yang ditawarkan : Jipang kacang, sagon panggang serta bebrbagai makanan tradisional lainnya dan Karya Seni Adat Lampung seperti kopianh emas/kopianh adat lampung dan tas dari tapis lampung
- 9) No.telpon/hp :

Produk unggulan yang dihasilkan meliputi:

1. Jipang Kacang
makanan ringan berbahan dasar gula dan kacang yang diolah secara tradisional dengan cita rasa manis dan gurih.
2. Sagon Panggang
kue tradisional berbahan kelapa dan tepung yang dipanggang hingga menghasilkan aroma khas.
3. Kopianh Emas/Kopianh Adat Lampung (Tapis)
penutup kepala tradisional dengan hiasan benang emas dan motif tapis yang menjadi identitas budaya Lampung.
4. Tas Cantik dari Kain Tapis
produk kerajinan tangan yang memadukan desain modern dengan kain tapis khas Lampung, cocok sebagai oleh-oleh dan souvenir.

UMKM Dapur Bu Herlina dikelola secara mandiri dengan melibatkan anggota keluarga dalam proses produksi. Meskipun memiliki kualitas produk yang baik dan nilai kearifan lokal yang kuat, pemasaran usaha ini masih sangat terbatas dan mengandalkan metode konvensional seperti penjualan langsung kepada pembeli sekitar.

Beberapa kendala yang dihadapi UMKM ini antara lain:

- Minimnya pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran.
- Keterbatasan modal untuk pengadaan kemasan modern dan promosi.
- Kurangnya kesadaran masyarakat setempat terhadap pentingnya strategi pemasaran berbasis internet.

Dengan dukungan program PKPM melalui penerapan sosial media sebagai digital marketing, diharapkan UMKM Dapur Bu Herlina dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkenalkan produk-produk tradisional Desa Pematang kepada masyarakat di luar daerah bahkan hingga mancanegara

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penerapan sosial media sebagai sarana digital marketing untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM Dapur Bu Herlina di Desa Pematang?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses penerapan digital marketing pada UMKM Dapur Bu Herlina, baik dari segi sumber daya manusia, teknologi, maupun lingkungan sosial?
3. Bagaimana efektivitas penggunaan platform sosial media (Instagram, Shopee, TikTok) dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk UMKM Dapur Bu Herlina?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi penerapan sosial media yang efektif dalam memasarkan produk UMKM Dapur Bu Herlina di Desa Pematang.
2. Untuk mengidentifikasi kendala dan hambatan yang dihadapi dalam penerapan digital marketing pada UMKM Dapur Bu Herlina.
3. Untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan platform sosial media (Instagram, Facebook, TikTok) dalam meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan produk.
4. Untuk memberikan rekomendasi pengelolaan sosial media yang berkelanjutan bagi UMKM Dapur Bu Herlina.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Manfaat Bagi UMKM

Pelaksanaan program *Penerapan Sosial Media sebagai Digital Marketing untuk UMKM Dapur Bu Herlina* diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Meningkatkan Pengetahuan Digital Marketing
Memberikan pemahaman kepada pemilik usaha mengenai strategi pemasaran melalui media sosial TikTok dan marketplace Shopee.
2. Memperluas Jangkauan Pasar
Membantu produk UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas, tidak hanya di sekitar Desa Pematang tetapi juga di luar daerah Lampung.
3. Meningkatkan Brand Awareness
Membuat produk lebih dikenal masyarakat melalui konten promosi kreatif di media digital.
4. Meningkatkan Penjualan

Mendorong peningkatan transaksi melalui optimalisasi pemasaran online yang terstruktur.

5. Pengembangan Kapasitas Usaha

Membantu UMKM dalam pengelolaan akun digital, pembuatan materi promosi, dan strategi penjualan online secara mandiri.

1.3.2.2 Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Pengalaman Praktis di Lapangan

Mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan, khususnya dalam bidang digital marketing, secara langsung pada UMKM.

2. Pengembangan Keterampilan Teknis

Meningkatkan kemampuan dalam mengelola media sosial, membuat konten promosi, dan mengoptimalkan pasar.

3. Peningkatan Kemampuan Komunikasi

Melatih keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi dengan pelaku UMKM serta masyarakat desa.

4. Penguatan Jiwa Sosial dan Kepedulian

Menumbuhkan rasa tanggung jawab sosial untuk membantu masyarakat dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan perekonomian lokal.

5. Peningkatan Kemampuan Pemecahan Masalah

Melatih kemampuan memecahkan masalah terkait hambatan pemasaran digital yang dihadapi UMKM.

1.3.2.3 Manfaat Bagi Kampus

1. Menjadi sarana implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat.
2. Memperluas jejaring dan kerja sama antara kampus dengan pelaku UMKM, pemerintah desa, dan masyarakat.
3. Menghasilkan data, temuan, dan praktik baik (*best practice*) yang dapat dijadikan referensi pengembangan kurikulum, terutama pada program studi yang terkait dengan manajemen, pemasaran, dan kewirausahaan.
4. Meningkatkan citra positif kampus sebagai institusi yang aktif mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital.
5. Memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa sebagai bentuk pembelajaran kontekstual di luar kelas

1.4 Mitra Yang Terlibat

1. Kepala Desa Dan Perangkat Desa Pematang Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan.
2. Unit Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) “Dapur Ibu Herlina.”
3. Unit Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Madu Trigona
4. Masyarakat Desa Pematang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Selatan