

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan bagian dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini menjadi wadah bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam bentuk kontribusi nyata di tengah masyarakat. Selain itu, PKPM juga mendorong mahasiswa untuk lebih peka terhadap potensi dan permasalahan lokal yang ada, guna merumuskan solusi yang tepat sasaran dan berkelanjutan.

Pelaksanaan PKPM oleh penulis, yang berasal dari Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya, pada tahun 2025 mengambil lokasi di Desa Sukaraja, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan. Desa ini memiliki sejarah panjang. Berdasarkan penuturan para tetua, wilayah Sukaraja dulunya merupakan permukiman keluarga bangsawan yang masih memiliki hubungan erat dengan kerajaan setempat. Kehidupan masyarakat di wilayah ini berubah drastis akibat letusan dahsyat Gunung Krakatau pada tahun 1883, yang menghancurkan pekon-pekon pesisir, memaksa penduduk berpindah, dan memulai kehidupan baru dari awal.

Proses pemulihan pascabencana menjadi awal mula terbentuknya nama “Sukaraja”. Disebut demikian karena pada masa itu, para utusan kerajaan kerap berkunjung untuk memberikan bantuan dan melakukan pengawasan, sehingga penduduk menamainya sebagai “Desa Kesukaan Raja”. Seiring berjalannya waktu, wilayah ini berkembang dan membentuk beberapa pekon seperti Pangkul, Cukuh, dan Kenali, yang kemudian bergabung menjadi Desa Sukaraja. Pemerintahan desa mulai terbentuk pada tahun 1885, dipimpin oleh Batin Marga Kesuma sebagai kepala desa pertama.

Selain kaya akan sejarah, Desa Sukaraja juga memiliki potensi alam dan budaya yang luar biasa. Secara geografis, desa ini terletak di kaki Gunung Rajabasa dengan kombinasi pemandangan pesisir pantai dan pegunungan. Keindahan alamnya meliputi Air Terjun Way Tayas yang unik karena memiliki aliran air bersuhu hangat, Padang Savana yang memukau, Pantai Sukaraja, wisata religi Sumur Tujuh, hingga situs sejarah Benteng Bendulu Park yang dahulu menjadi benteng pertahanan melawan kolonial Belanda menurut penelitian (Agustina et al., 2024), Potensi wisata desa termasuk Air Terjun Way Tayas menjadi pengungkit ekonomi lokal sekaligus ruang kreasi warga jika dikelola berbasis komunitas dan ditopang kelembagaan desa wisata yang rapi. Temuan Jurnal Kepariwisata Indonesia menegaskan faktor kunci keberlanjutan desa wisata mencakup kolaborasi pemangku kepentingan, kualitas layanan, dan inovasi atraksi.

Dari sisi ekonomi, Desa Sukaraja memiliki sumber daya alam yang melimpah, seperti hasil perkebunan (kopi, cengkeh, kelapa, kakao) dan hasil tangkapan laut yang diolah secara tradisional. Hal ini ditegaskan oleh (Kementrian, n.d.) yakni melalui program Indonesia *Food Innovation* (IFI) mendorong IKM pangan untuk melakukan hilirisasi produk berbasis bahan baku lokal, sekaligus mendapatkan pendampingan teknis dan peluang pemasaran lebih luas. Selain itu, aktivitas ekonomi kreatif juga mulai berkembang melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu UMKM yang menarik perhatian penulis adalah UMKM Kopi Dori, yang bergerak dalam pengolahan dan pemasaran kopi lokal. Walaupun belum menjadi sektor unggulan desa, Kopi Dori memiliki potensi besar untuk berkembang dengan dukungan strategi pemasaran yang tepat. Studi ini menunjukkan bahwa penerapan media sosial memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan usaha mikro dan kecil, dengan peningkatan efektivitas pemasaran dan produktivitas melalui interaksi digital yang lebih intens dan sistemik (Elsera & Hartati, n.d.).

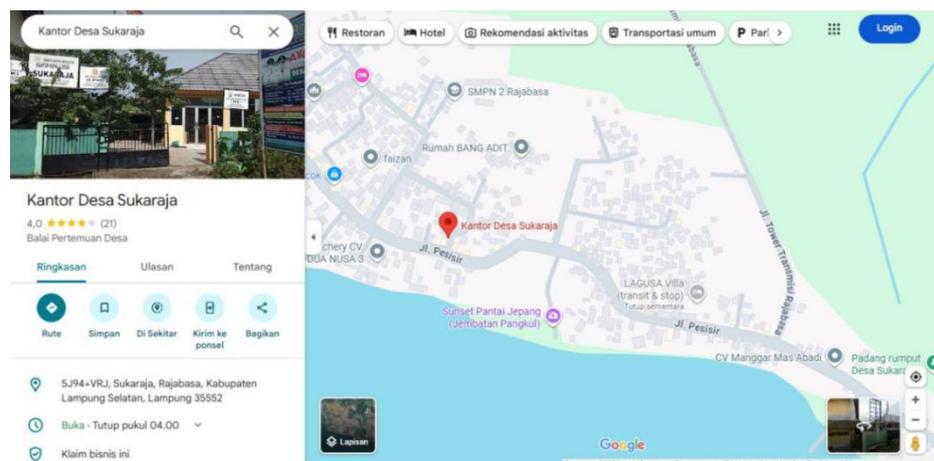
Produksi kopi dilakukan secara rutin untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Namun, pada proses pemasarannya, produk Kopi Dori belum

secara optimal memanfaatkan kekuatan media sosial, padahal di era digital saat ini, media sosial menjadi sarana yang sangat penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Tanpa strategi pemasaran yang kuat dan adaptif, produk lokal berisiko hanya beredar secara terbatas di lingkup desa, tanpa dikenal lebih jauh oleh masyarakat luar.

Melihat peluang tersebut, . Oleh karena itu, kami mahasiswa/I dari PKPM IIB DARMAJAYA akan membantu meningkatkan daya saing UMKM Kopi Dori melalui Sosial Media TikTok sebagai strategi pemasaran digital. Menurut (Ramadani et al., 2025), UMKM yang mengadopsi media TikTok dalam strategi pemasaran mereka, seperti dalam studi kasus produk Ecoprint di Tangerang, terbukti berhasil memasarkan secara lebih efektif dan meningkatkan keterlibatan konsumen melalui konten kreatif. Menurut Penulis Tiktok dipilih karena memiliki daya tarik visual dan jangkauan audiens yang sangat luas, serta mampu menciptakan interaksi yang tinggi dengan konsumen melalui konten-konten kreatif dan informatif. Melalui pendekatan ini, diharapkan UMKM Kopi Dori dapat meningkatkan brand awareness, memperluas jaringan pasar, dan perlahan naik kelas sebagai salah satu UMKM yang mampu bersaing di era digital.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

A. Profil Desa Sukaraja



Gambar 1. 1 Peta Desa Sukaraja

Desa Sukaraja merupakan salah satu desa pesisir di Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, dengan luas wilayah administratif ±905

hektar. Desa ini terbagi menjadi empat dusun dan dua puluh empat RT, dihuni oleh 3.196 jiwa yang terdiri dari 920 kepala keluarga. Komposisi penduduk didominasi oleh Suku Lampung, diikuti oleh Suku Sunda, Suku Jawa, dan sebagian kecil Suku Minang. Mayoritas penduduk memeluk agama Islam dan tetap mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 1. 1 Total penduduk Desa Sukaraja

Kategori	Jumlah
Total Penduduk	3.196 jiwa
Laki-laki	1.655 jiwa
Perempuan	1.541 jiwa

Secara geografis, Desa Sukaraja berbatasan langsung dengan Gunung Rajabasa di utara, Selat Sunda di selatan, Desa Rajabasa di barat, dan Desa Way Muli di timur. Posisi strategis ini menjadikan desa memiliki kombinasi lanskap alam berupa garis pantai sepanjang $\pm 2,2$ km dan perbukitan yang menyatu dengan kawasan hutan Gunung Rajabasa. Topografinya bervariasi dari dataran rendah pesisir hingga lereng curam dengan ketinggian mencapai 1.280 mdpl di puncak gunung. Pada 4 November 2020, Desa Sukaraja diresmikan sebagai Desa Maritim pertama di Kabupaten Lampung Selatan, memperkuat identitasnya sebagai wilayah pesisir dengan potensi kelautan yang besar.

Potensi desa ini cukup beragam, mencakup sektor pariwisata, pertanian, perikanan, dan usaha mikro. Dalam sektor pariwisata, Desa Sukaraja menjadi salah satu dari 500 desa wisata nasional versi Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2024. Destinasi unggulannya meliputi Air Terjun Way Tayas yang memiliki tiga aliran air dengan salah satunya bersuhu hangat, Air Terjun Cimampang, Air Terjun Dua Bidadari, Padang Savana, Pantai Sukaraja, wisata religi Sumur Tujuh, serta Benteng Bendulu Park yang menjadi saksi sejarah perjuangan melawan kolonial Belanda. Desa ini juga menjadi pintu gerbang wisata bahari menuju Pulau Krakatau, Pulau Sebesi, Pulau Mengkudu, Minang Rua, dan Pulau Harimau.

Di bidang pertanian dan perkebunan, masyarakat menghasilkan padi, jagung, pisang, kelapa, durian, rambutan, sayuran, kopi, dan cengkeh. Sementara di sektor perikanan, aktivitas nelayan masih dilakukan secara tradisional dengan hasil tangkapan ikan laut yang menjadi sumber penghidupan.

Selain itu, Desa Sukaraja memiliki potensi ekonomi kreatif yang tumbuh melalui berbagai UMKM. Salah satunya adalah UMKM Kopi Dori, yang menjadi fokus program kerja penulis dalam PKPM ini. Kopi Dori bergerak di bidang pengolahan dan pemasaran kopi lokal dengan cita rasa khas. Meskipun belum menjadi sektor unggulan, Kopi Dori memiliki peluang besar untuk berkembang jika didukung oleh strategi promosi digital yang tepat. Pemanfaatan media sosial, khususnya TikTok, diharapkan dapat meningkatkan brand awareness, memperluas pasar, dan memperkenalkan kopi lokal Desa Sukaraja ke Khalayak yang lebih luas.

Dengan kombinasi potensi alam, sejarah, budaya, dan ekonomi kreatif, Desa Sukaraja memiliki peluang besar untuk berkembang secara terpadu, asalkan pengelolaannya dilakukan secara berkelanjutan dan melibatkan partisipasi aktif seluruh elemen masyarakat..

B. Batas Wilayah Desa

Letak Geografis Wilayah Desa Sukaraja:

Tabel 1. 2 Letak Geografis Desa Sukaraja

Sebelah Timur	Berbatasan Langsung dengan Desa Way Muli
Sebelah Barat	Berbatasan Langsung Dengan Desa Rajabasa
Sebelah Selatan	Berbatasan Langsung Denga Laut Selat Sunda
Sebelah Utara	Berbatasan Langsung Dengan perhutanan Sosial Gunung Rajabasa

Luas Wilayah Desa Sukaraja :

Tabel 1. 3 Luas Wilayah Desa Sukaraja

Desa / Kecamatan	Luas Wilayah (km ²)
Sukaraja (Desa)	5,97
Rajabasa (Kecamatan)	± 100,39

Berdasarkan data administrasi, Desa Sukaraja memiliki luas wilayah sekitar 5,97 km². Desa ini berada di bawah wilayah Kecamatan Rajabasa yang memiliki total luas ±100,39 km². Dengan cakupan wilayah tersebut, Sukaraja termasuk desa dengan potensi lahan yang memadai untuk pengembangan berbagai sektor, baik pertanian, perkebunan, perikanan, maupun pariwisata.

Luas Wilayah Desa Sukaraja menurut Penggunaan :

Tabel 1. 4 Luas Wilayah Desa Sukaraja menurut Penggunaan

Penggunaan Lahan	Luas (Ha)
Pemukiman	180,76
Persawahan	170,00
Perkebunan	563,00
Pekarangan	10,00
Perkantoran	0,25
Kuburan	0,50
Prasarana Umum Lainnya	4,50
Total Luas Wilayah	522,00

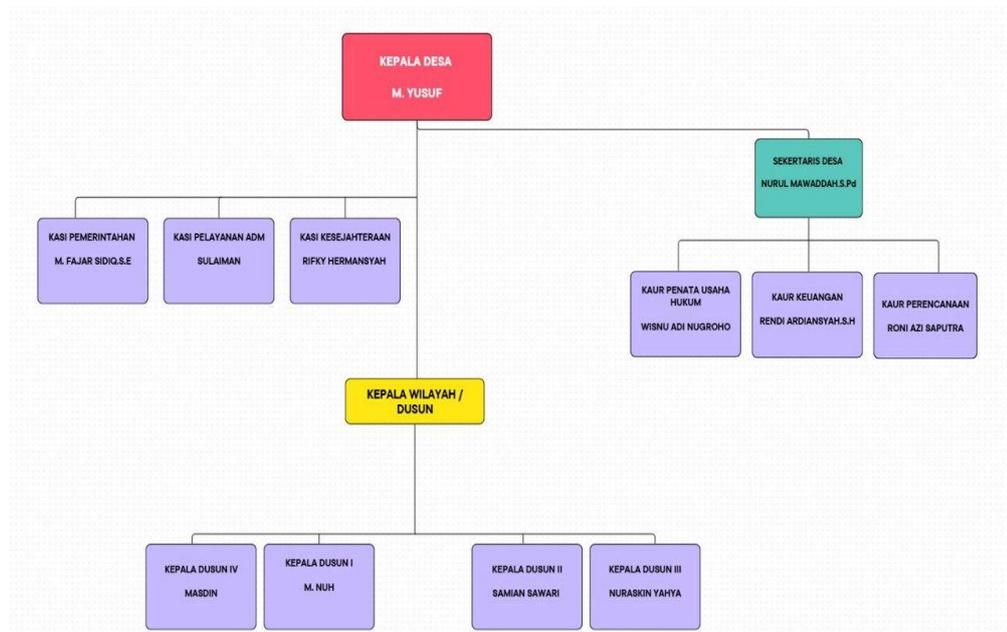
Penggunaan lahan di Desa Sukaraja cukup beragam. Sebagian besar wilayah dimanfaatkan untuk perkebunan seluas 563 hektare, diikuti oleh pemukiman sebesar 180,76 hektare dan persawahan seluas 170 hektare. Sisanya berupa pekarangan, perkantoran, kuburan, dan prasarana umum lainnya. Data ini menunjukkan bahwa sektor perkebunan menjadi tulang punggung utama perekonomian desa, di samping sektor pertanian dan perikanan.

Sebagai penulis laporan, penting untuk mencantumkan data wilayah yang akurat agar pembaca dapat memahami konteks geografis dan skala kegiatan PKPM. Informasi ini memberikan gambaran jelas tentang seberapa luas area yang menjadi lokasi pengabdian dan seberapa kecil

ruang gerak di Desa Sukaraja dibandingkan dengan keseluruhan kecamatan.

Bagan Struktur Organisasi Desa Sukaraja :

Desa Sukaraja Memiliki Struktur Pemerintahan Yang Terdiri dari Kepala Desa, Sekertaris, Kaur, Kasi, dan Kepala Dusun, dapat dilihat Dari gambar berikut:



Gambar 1. 2 Struktur Pemerintahan Desa Sukaraja

1.1.2 Profil UMKM

Pemilik UMKM : Bapak Dori

Nama UMKM : Kopi Dori

Alamat Usaha : Dusun Cukuh, Desa Sukaraja, kec Rajabasa,
Lampung Selatan (Kalianda)

Jumlah Tenaga Kerja: 4 Orang

Nomor : 083866113424

UMKM Kopi Dori merupakan salah satu unit usaha mikro yang berkembang di tengah potensi alam Desa Sukaraja, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan. Berdiri pada tahun 2021, usaha ini lahir dari kesadaran akan pentingnya mengoptimalkan sumber daya alam lokal, khususnya tanaman kopi, yang tumbuh subur di wilayah ini. Berlokasi di Dusun Cukuh, Kopi Dori memanfaatkan hasil panen kopi dari perkebunan sekitar yang kemudian diolah secara mandiri menjadi produk kopi bubuk siap saji dengan cita rasa khas Sukaraja. Pemilihan nama “Kopi Dori” tidak hanya menjadi identitas merek, tetapi juga simbol kebanggaan terhadap hasil bumi yang dihasilkan oleh masyarakat desa.



Gambar 1. 3 Survey UMKM Kopi Dori

Sebagai produk lokal, Kopi Dori memiliki beberapa varian kemasan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan daya beli konsumen. Tersedia kemasan 50g seharga Rp.5.000 yang cocok untuk konsumen pemula atau sekadar mencoba, kemasan 100g seharga Rp.10.000 untuk kebutuhan konsumsi harian, serta kemasan 250g seharga Rp.25.000 bagi pembeli yang menginginkan stok lebih banyak. Keberagaman pilihan kemasan ini dirancang agar produk dapat menjangkau berbagai segmen pasar, mulai dari pembeli lokal, wisatawan yang berkunjung ke Desa Sukaraja, hingga pedagang yang ingin menjual kembali produk ini.



Gambar 1. 4 Ukuran Kemasan Kopi Dori

Namun, di balik potensinya yang menjanjikan, UMKM Kopi Dori menghadapi sejumlah hambatan yang menghambat perkembangan usahanya. Tantangan terbesar terletak pada aspek *personal branding* (suatu proses yang dilakukan individu maupun organisasi untuk membangun citra diri dan identitas yang unik agar dapat dikenali oleh orang lain), yang belum terbangun secara maksimal. Citra merek yang kuat merupakan kunci untuk menarik perhatian konsumen dan membedakan diri dari kompetitor, namun hingga kini hal tersebut masih dalam tahap awal pembentukan. Selain itu, tingkat brand awareness terhadap Kopi Dori masih rendah, terutama di luar wilayah Desa Sukaraja, sehingga produk ini belum mampu bersaing secara optimal di pasar yang lebih luas. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah pengelolaan konten pemasaran digital, yang meliputi perencanaan, pembuatan, dan distribusi konten promosi di media sosial. Minimnya pemanfaatan media digital menyebabkan jangkauan pemasaran menjadi terbatas dan kurang mampu menarik minat generasi muda yang merupakan target pasar potensial.

Melihat berbagai tantangan yang dihadapi, diperlukan strategi yang terarah untuk mendorong pemasaran UMKM Kopi Dori agar mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital. Salah satu langkah yang dinilai relevan adalah pemanfaatan platform TikTok, yang saat ini menjadi salah satu media sosial dengan jumlah pengguna yang

sangat besar dan tingkat interaksi yang tinggi. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi ruang promosi yang efektif bagi pelaku usaha, termasuk UMKM. Dengan pendekatan yang kreatif dan konsisten, konten yang diunggah pada platform ini dapat menjadi alat komunikasi visual yang kuat, memperkenalkan produk secara lebih menarik, sekaligus membangun identitas dan cerita merek yang mudah diingat oleh konsumen.

Lebih jauh, penggunaan TikTok membuka peluang terciptanya kedekatan emosional antara merek dengan audiens, karena format kontennya memungkinkan interaksi dua arah yang intensif. Jika strategi branding dilakukan secara berkelanjutan, UMKM Kopi Dori tidak hanya memperoleh eksposur yang lebih luas, tetapi juga berpotensi menumbuhkan loyalitas konsumen dalam jangka panjang. Hal ini secara langsung dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk, memperluas jaringan pemasaran, serta pada akhirnya mendorong peningkatan penjualan. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial berbasis tren seperti TikTok menjadi salah satu kunci penting dalam upaya memperkuat posisi UMKM Kopi Dori di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Dengan dukungan potensi alam Desa Sukaraja yang melimpah, keberadaan UMKM Kopi Dori bukan hanya sekadar usaha penjualan kopi, tetapi juga representasi kekuatan ekonomi lokal yang lahir dari tangan masyarakat sendiri. Melalui pengelolaan yang lebih modern dan promosi yang tepat sasaran, Kopi Dori diharapkan mampu berkembang menjadi salah satu produk unggulan desa yang dikenal secara lebih luas, membawa manfaat bagi pelaku usaha, masyarakat, dan perekonomian daerah secara keseluruhan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, potensi Desa Sukaraja, serta profil UMKM Kopi Dori, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- Bagaimana membangun *personal branding* dan meningkatkan brand awareness UMKM Kopi Dori agar lebih dikenal oleh konsumen, baik di dalam maupun luar wilayah Desa Sukaraja?
- Bagaimana memanfaatkan platform TikTok sebagai media promosi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik minat konsumen terhadap produk UMKM Kopi Dori?

1.3 Tujuan Dan Manfaat

A. Tujuan

- Membangun *personal branding* dan meningkatkan *brand awareness* UMKM Kopi Dori sehingga lebih dikenal oleh konsumen, baik di dalam maupun luar wilayah Desa Sukaraja.
- Mengimplementasikan strategi TikTok marketing sebagai media promosi yang efektif guna memperluas jangkauan pasar dan menarik minat konsumen terhadap produk UMKM Kopi Dori.

B. Manfaat

1. Manfaat Bagi IIB darmajaya

- Menjadi bukti nyata kontribusi civitas akademika dalam mendukung pengembangan UMKM lokal melalui inovasi pemasaran digital.
- Memperkuat peran institusi sebagai mitra strategis masyarakat dalam pengembangan potensi ekonomi desa.

2. Manfaat bagi penulis

- Memberikan pengalaman langsung dalam merancang dan menerapkan strategi promosi digital berbasis media sosial.
- Mengasah kemampuan analisis, kreativitas, dan keterampilan komunikasi dalam konteks pemberdayaan UMKM.

3. Manfaat bagi UMKM Desa Sukaraja

- Pendampingan ini dapat memberikan informasi kepada pemilik UMKM agar lebih maksimal dalam memasarkan produknya dan

- mempengaruhi produktivitas kerja dalam pembuatan Kopi Bubuk.
4. Manfaat bagi Masyarakat Desa Sukaraja
- Mendorong tumbuhnya kesadaran akan pentingnya mendukung produk lokal sebagai bagian dari penguatan ekonomi desa.
 - Memperluas peluang kerja dan usaha baru melalui peningkatan permintaan terhadap produk kopi khas Desa Sukaraja.

1.4 Mitra yang Terlibat

Berikut merupakan mitra yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Sukaraja :

1. Pemilik UMKM Kopi Dori
2. Kepala Dusun II Dan Dusun III
3. Seluruh Perangkat Desa Sukaraja
4. Karang Taruna dan pemuda Desa Sukaraja
5. Ibu-ibu PKK Desa Sukaraja
6. SDN 1 Rajabasa
7. PAUD KB Lathisa Albina II
8. PAUD KB Khalinia
9. SMPN 2 Rajabasa
10. Seluruh masyarakat Desa Sukaraja. Kegiatan PKPM ini tidak dapat berjalan dengan sukses tanpa dukungan dari berbagai pihak, terutama masyarakat Desa Sukaraja. Keberhasilan kegiatan PKPM ini tidak terlepas dari kontribusi yang sangat berarti dari seluruh masyarakat Desa Sukaraja. Terima kasih atas kerjasama dan semangat gotong royong yang telah ditunjukkan. Kami berharap kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi Masyarakat.