

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid 19 faktanya memang mempengaruhi banyak sektor di Indonesia. Tidak terkecuali dampak buruk yang dirasakan adalah sektor perekonomian. Banyak UMKM yang harus memutar aktif dan mencoba berbagai cara untuk bisa terus bertahan di tengah masa pandemi disertai dengan penyesuaian diri kepada pola hidup dan gaya hidup yang mulai berubah pada masyarakat konsumen Indonesia yaitu dengan membiasakan hidup sehat, menggunakan masker dan menjaga jarak secara sosial dan fisik. Upaya penyebaran Covid 19 yang dicanangkan pemerintah ini ternyata berdampak nyata kepada perekonomian UMKM.

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. Pengabdian merupakan suatu wujud integrasi dari ilmu yang tertuang secara teoritis di bangku kuliah untuk diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat sehingga ilmu yang diperoleh dapat di aplikasikan dan dikembangkan dalam kehidupan masyarakat luas. PKPM bagi mahasiswa diharapkan dapat menjadi suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan dan kesadaran hidup bermasyarakat. Bagi masyarakat, kehadiran mahasiswa diharapkan mampu memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang ekonomi dan sosial kemasyarakatan. Berkaitan dengan salah satu syarat kelulusan untuk Program S1 di Kampus IIB Darmajaya, pihak kampus mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan Mata Kuliah Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) pada salah satu kampus yang telah ditentukan, dimana proses secara teori yang telah diserap di Kampus senantiasa dapat diterapkan di Kelurahan Kalianda, Kecamatan kalianda, Lampung Selatan.

Kelurahan kalianda, merupakan salah satu desa yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai Pembuat oleh oleh khas kalianda, di kelurahan kalianda terdapat banyak usaha-usaha kecil salah satunya usaha membuat Kue Basah

yang secara tidak langsung memberikan dampak positif dan banyak potensi untuk memajukan desa tersebut.

Ada beberapa Ekonomi Mikro yang terdapat di Kelurahan Kalianda yaitu pembuatan kue bolen, pembuatan otak otak, pembuatan kue basah dan kue kering , maupun pembuat kerajinan tangan. Beruntung, pemerintah saat ini cukup berani mengambil kebijakan dengan tidak memberlakukan *lockdown* dan kini telah memasuki masa *new normal* sehingga beberapa UMKM di daerah masih punya kesempatan untuk mencari cara agar tetap bisa bertahan hidup. Di masa serba *online*, video promosi selain digunakan untuk profil promosi sebuah perusahaan dll, namun bisa juga untuk barang, produk, dan jasa.

Para pelaku UMKM di Kelurahan sendiri beberapa telah memiliki *handphone* dan media sosial yang cukup mendukung. Meski tak begitu lengkap dan tertata namun sudah bisa digunakan untuk berkreaitivitas membuat promosi untuk media sosial. Namun sangat disayangkan hal tersebut kurang dimanfaatkan untuk menarik dan menambah pelanggan.

Banyak aspek yang harus dipertimbangkan, maka diambil kesimpulan menyatukan aspek pentingnya kegunaan dan pembuatan promosi yang tepat untuk pelaku UMKM terutama untuk pelaku UMKM yang masih kurang pengetahuan, mengenai manfaat dan fungsi promosi sekaligus belum memiliki bahan promosi yang nantinya akan menjadi sasaran bagi pelaksanaan PKPM ini.

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. Adapun karakteristik Media Sosial yaitu : Jaringan, Informasi, Arsip, Interaksi, Bisnis Online, konten oleh pengguna. Macam-macam media sosial yaitu : *facebook, Instagram, twitter, Whatsapp*, dan sebagainya.

1.2 Profil Kelurahan Kalianda

Kelurahan Kalianda merupakan salah satu lokasi yang memiliki banyak potensi UMKM didalamnya, sehingga menjadi acuan untuk IBI DARMAJAYA untuk memilih kelurahan kalianda untuk dijadikan lokasi PKPM pada tahun ini, Kelurahan Kalianda merupakan daerah daratan dan sebagian besar lahan pekarangan, perairan kemudian lahan untuk perumahan atau pemukiman. Penduduk Kelurahan Kalianda terdiri dari berbagai suku bangsa (heterogen), sampai dengan tahun 2021 berdasarkan pendataan Kelurahan Kalianda berkependudukan sejumlah 95.761 jiwa. penyebaran penduduk Kelurahan Kalianda tersebar secara tidak merata. Sebagian besar penduduk Kelurahan Kalianda bermata pencaharian sebagai pedagang, petani, nelayan dan PNS. Penduduk Kelurahan Kalianda hampir sebagian besar adalah masyarakat pendatang yang memiliki latar belakang agama, suku, budaya, dan tingkat pendidikan yang beragam. Ada banyak dan beragam UMKM di desa Kalianda diantaranya UMKM dibidang makanan, dibidang fashion, skincare dan kosmetik, perlengkapan bayi, furnitur, MUA dan sebagainya.

Dia berharap, generasi penerus bangsa bisa mengisi kemerdekaan dengan berbagai kegiatan positif. Sehingga, para pejuang yang telah mendahului bisa tenang di alam sana.

“Kita perlu generasi penerus bangsa. Tetapi bukan untuk berperang. Dan, kami harap ada perhatian dari pemerintah kepada para pejuang yang telah gugur di medan perang,”

1.3 Profil UMKM

Terdapat profil UMKM yang terlibat sebagai berikut :

Nama Pemilik	: Yanti
Nama Usaha	: Tiara Cake
Alamat Usaha	: jalan Kusuma bangsa, karet kalianda lampung selatan, kode pos 35511
Jenis Usaha	: Perseorangan
Jenis Produk	: Kue
Skala Usaha	: Usaha Mikro
Tahun Berdiri	: 2002

Sejarah dan Perkembangan usaha

Banyak sekali usaha yang menjanjikan yang menjamur sekarang ini, salah satunya usaha di bidang bisnis kue basah memang menjanjikan omzet besar bagi pelakunya. Cerahnya prospek ini ternyata menciptakan peluang usaha bagi banyak orang. Tanpa mengenal latar belakang pendidikan, profesi, maupun status sosial. Semua orang memiliki peluang yang sama untuk bisa sukses menjalankan bisnis kue basah. Peluang inilah yang diambil bu yanti untuk mencoba usaha di bidang kue basah ini.

Keputusan ini diambil Bu yanti setelah ia memperdalam ilmu tentang kue basah. Pada awalnya, Bu yanti mengikuti edukasi pembuatan kue yg diadakan oleh promosi open dan kemudian setelah itu beliau mulai tertarik untuk membuka usaha kue basah pada pertengahan tahun 2002 beliau membuka usaha ini, meski saat awal membuka usaha ini banyak kendala-kendala yang dihadapi saat memulai bisnis kue ini, tapi tidak menyusutkan niat bu yanti untuk menggeluti usaha di bidang kue basah ini, berkat keuletan buy anti dalam menjadi usaha ini, alhamdulillah usaha buy anti masih berjalan hingga saat ini.

1.4 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana cara memasarkan kue kejangkauan yang lebih luas?
- b. Bagaimana cara memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi jualan?
- c. Bagaimana melakukan branding pada lokasi penjualan, agar mudah ditemukan konsumen?
- d. Bagaimana meningkatkan Kesehatan balita di lingkungan kelurahan?
- e. Bagaimana cara melakukan tingkat kebersihan di lokasi penjualan kue bu yanti?

1.5 Tujuan dan Manfaat

Tujuan :

- a. Membantu dalam hal branding produk yang lebih menarik dari sebelumnya
- b. Memberi informasi dan menjelaskan cara pemasaran produk dengan situs online
- c. Membantu meningkatkan penjualan melalui media online
- d. Memberi pemahaman dan pencegahan bahayanya covid 19 pada saat ini.

Manfaat bagi Mahasiswa :

- a. Mahasiswa dapat memiliki kemampuan bersosialisasi yang baik di depan masyarakat ramai
- b. Mendapat pengalaman belajar dalam kehidupan masyarakat dan mendewasakan kepribadian serta memperluas wawasan mahasiswa
- c. Mendapat ilmu pengetahuan dari UMKM kue basah tentang proses pembuatannya
- d. Mendapat wawasan yang luas tentang berbisnis dan bagaimana cara pemasarannya.
- e. Melatih para mahasiswa agar lebih terampil dalam memecahkan masalah yang ada di dalam masyarakat