

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh undang-undang No. 20 tahun 2008. UMKM pada masa modern seperti sekarang ini harus lebih di tingkatkan lagi dalam pengembangannya agar UMKM tersebut semakin besar. Peningkatan UMKM bisa dari berbagai aspek seperti, inovasi kemasan, pemasaran, SDM dan dari aspek teknologinya juga. Digitalisasi mampu memfasilitasi UMKM untuk meningkatkan pemasaran serta pengenalan produk kepada masyarakat luas.

Beberapa Teori-teori menurut para Ahli mengenai UMKM yaitu yang pertama; menurut Rujito, UMKM adalah salah satu jenis usaha yang memberikan banyak pengaruh terhadap perekonomian Indonesia, baik dari sisi jumlah usaha yang terbentuk maupun dari sisi jumlah lapangan pekerjaan yang tercipta. Kedua menurut; Ina Primiana, UMKM merupakan pengembangan 4 aspek kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan Indonesia, 4 aspek tersebut adalah industri manufaktur, agribisnis, sumber daya manusia, serta bisnis kelautan. Dan ketiga menurut; M. Kwartono, UMKM adalah jenis usaha rakyat yang jumlah kekayaan bersihnya tidak lebih dari 200.000.000 rupiah, namun tanah dan bangunan tidak dihitung.

PKPM (Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat) yang merupakan salah satu perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. Pengabdian merupakan suatu wujud kristalisasi dan integralisasi dari ilmu yang didapatkan dari bangku perkuliahan untuk diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Sehingga ilmu yang di peroleh dapat diaplikasikan serta di terapkan dan dikembangkan dalam kehidupan masyarakat. Di era globalisasi seperti sekarang ini para pengusaha kecil atau mikro dan menengah harus lebih pandai dalam berkompetisi pada bidang pemasaran produknya agar dapat bersaing dengan UMKM lainnya.

Hal tersebut sejalan dengan fungsi perguruan tinggi untuk menjembati (komunikasi) dalam proses pembangunan atau pengembangan dan penerapan bidang studi sistem informasi. Tujuan diadakannya PKPM IIB Darmajaya adalah untuk mempercepat dan memperluas pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Tujuan lainnya adalah agar mahasiswa memperoleh pengalaman belajar yang bermanfaat melalui keterlibatannya dalam masyarakat, dan secara langsung dapat menemukan, mengidentifikasi, merumuskan, serta memecahkan permasalahan dalam kehidupan bermasyarakat. Salah satunya ialah dengan kegiatan PKPM yang dilaksanakan di Desa Jati Indah, Kecamatan Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung.

Desa Jati Indah memiliki banyak UMKM yang tersebar di seluruh desa, salah satunya yaitu UMKM KERIPIK TAHU, yang terletak di Desa Jati Indah. Keripik tahu ini berfokus pada bidang makanan ringan atau cemilan kering. Berdasarkan uraian di atas saya memutuskan untuk membantu pengembangan pemasaran UMKM keripik tahu secara online dengan menerapkan Google ADS sebagai Sistem Informasi dalam pemasaran produk tersebut. Dengan cara melakukan iklan yang langsung tertuju kepada website penjualan dengan tujuan yaitu untuk memperluas target pasar, dan membantu memberikan arahan untuk penggunaan iklan online yang ada.

Pemasaran online dan penyebaran iklan yang saya buat tentunya dapat mempermudah pelanggan untuk mencari tau mengenai UMKM keripik tahu ini, penyebaran iklan yang saya lakukan menggunakan iklan Internet, yaitu: Penjualan produk melalui Google ADS. Pengetahuan mengenai teknologi pemasaran melalui iklan online masih kurang di kuasai dan dipahami. Sehingga mahasiswa dan mahasiswi PKPM IIB Darmajaya membantu dengan memberikan pengetahuan dan inovasi tentang cara mengembangkan UMKM. Dengan membuat laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang berjudul **“PENERAPAN SISTEM INFORMASI PADA UMKM KERIPIK TAHU DENGAN MENGGUNAKAN PLATFORM GOOGLE ADS UNTUK MEMPERLUAS PEMASARAN PRODUK”**.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Kecamatan Tanjung Bintang adalah kecamatan yang berada di Kabupaten Lampung Selatan, Lampung, Indonesia. Tanjung Bintang sebagai salah satu pusat dari kecamatan. Terletak sekitar 60 km dari Kota Bandar Lampung, Ibu kota Provinsi Lampung. Memiliki luas wilayah sebesar 179,82 km², di Tanjung Bintang sendiri terdiri dari 16 desa dan 9 dusun. Tercatat pada tahun 2014 kecamatan Tanjung Bintang dihuni oleh 116.157 jiwa atau 9,22% dari total penduduk Lampung Selatan. Tanjung Bintang merupakan daerah daratan dan sebagian besar lahan pekarangan, perairan kemudian lahan untuk perumahan atau pemukiman. Penduduk Tanjung Bintang terdiri dari berbagai suku bangsa (heterogen), sampai dengan tahun 2022 berdasarkan pendataan Desa Jati Indah berpendudukan sejumlah 95.761 jiwa. Penyebaran penduduk Desa Jati Indah bermata pencaharian sebagai petani, buruh, pedagang dan aparatur desa. Pendidik Desa Jati Indah hamper sebagai besar adalah masyarakat yang memiliki latar belakang agama, suku, budaya, dan tingkat pendidikan yang beragam. Ada banyak UMKM di Desa Jati Indah berjumlah 25 UMKM diantaranya UMKM dibidang makanan, kecantikan, dan kosmetik, perlengkapan bayi, furniture, dan sebagainya.

1.1.3 Profil UMKM

Nama Pemilik	: Ibu Sri Panuti
Nama Usaha	: Keripik Tahu
Alamat Usaha	: Desa Jati Indah, Kec.Tanjung Bintang, Kab.Lampung Selatan.
Jenis Usaha	: Perseorangan
Jenis Produk	: Keripik
Skala Usaha	: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
Tahun Berdiri	: 24 April 2015
Produk yang di tawarkan	: Keripik Tahu
Jumlah Tenaga kerja	: -
No.Tlp/HP	: 0822-7823-5628

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa alasan UMKM Keripik Tahu menerapkan Google ADS pada Iklan online?
2. Bagaimana UMKM Keripik Tahu menggunakan iklan online dalam menunjang kegiatan usahanya?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Agar dapat membantu UMKM Keripik Tahu mengetahui alasan pentingnya menggunakan iklan online dalam mengembangkan usaha.
2. Agar dapat membantu UMKM Keripik Tahu dalam menggunakan iklan online untuk mengembangkan usahanya.
3. Mengetahui dan membantu pelaku UMKM untuk mengetahui hambatan dalam menggunakan Google ADS sebagai iklan online dan memberikan solusi terkait hambatan tersebut.
4. Tujuan di lakukan pemasaran penjualan produk secara online agar dapat dikenal oleh masyarakat luas yaitu dengan melalui media teknologi atau internet.
5. Meningkatkan pemahaman dalam menggunakan iklan yang dapat terhubung ke website penjualan.

1.3.2 Manfaat Kegiatan

1. Bagi Mahasiswa

1. Mendapat pengalaman seperti kemampuan dalam pengambilan keputusan, rasa tanggungjawab, kemandirian, kemampuan berkomunikasi, serta jiwa kepemimpinan.

2. Memperoleh pengetahuan baru dalam bidang usaha Pembuatan Keripik Tahu.
3. Mampu menyelesaikan mata kuliah Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM).
4. Menjadi bahan pembelajaran, menumbuhkan jiwa kewirausahaan, dan sarana menyalurkan ilmu yang didapat dari kampus kepada masyarakat.

2. Bagi IIB Darmajaya

1. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat.
2. Bagian dari promosi kampus IIB Darmajaya agar kampus IIB Darmajaya lebih luas dikenal oleh masyarakat luas.

3. Bagi Masyarakat

1. Memperoleh bantuan tenaga dan pikiran dalam merencanakan dan melaksanakan pengembangan desa.
2. Memberikan inspirasi bagi masyarakat dalam upaya memanfaatkan potensi- potensi usaha yang terdapat didesa Jati Indah, Kecamatan Tanjung Bintang, kabupaten Lampung selatan.
3. Mengetahui cara penggunaan Google ADS untuk pemasaran usaha, melalui iklan internet.

1.4 Mitra Yang Terlibat

Mitra yang terlibat dalam pelaksanaan praktik kerja pengabdian masyarakat (PKPM) ini yaitu:

1. Desa Jati Indah, Kecamatan Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung Selatan.

2. UMKM Tahu.
3. UMKM Keripik Tahu E3.