

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah salah satu jenis usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Keberadaan UMKM di Indonesia berkembang pesat dan berjamuran di mana-mana. UMKM sendiri memiliki peranan yang penting dan strategi baik domestik, regional maupun nasional. UMKM pada masa modern seperti sekarang ini harus lebih di tingkatkan lagi dalam pengembangan. Peningkatan UMKM bisa dari segi aspek seperti, inovasi kemasan, pemasaran, sdm, dan dari aspek teknologi. Digitalisasi mampu memfasilitasi UMKM untuk meningkatkan pemasaran serta pengenalan produk kepada masyarakat luas.

Salah satu kegiatan yang menjadi tugas akhir (Skripsi) yaitu Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) sebagai sarana pengembangan ide kreatifitas dalam memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan dan 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.. Dengan adanya Praktek kerja pengabdian Masyarakat diharapkan bisa menambah ilmu dan wawasan dalam hidup bermasyarakat.

Desa Jati Indah ,Kecamatan Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung selatan menjadi salah satu desa yang terpilih menjadi lokasi sasaran program PKPM Institut Informatika & Bisnis Darmajaya tahun 2022. Dimana Desa Jati Indah memiliki banyak UMKM yang tersebar diseluruh desa salah satunya yaitu UMKM KERIPIK TAHU E3.

Menurut Kurtz, strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix; produk,distribusi, promosi, dan harga. Strategi pemasaran digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran yang dimana didalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi dan bauran pemasaran. Salah satu umkm yang melakukan strategi pemasaran yaitu umkm keripik tahu, umkm keripik tahu menggunakan strategi pemasaran menggunakan media sosial whatsapp. Namun umkm tersebut memiliki kendala yaitu proses pemasaran yang masih belum optimal.

UMKM Keripik Tahu E3 yang didirikan oleh ibu Sri Patuni yang sudah berjalan sejak

tahun 2015 yang bertempat di desa Jati indah, kecamatan tanjung bintang lampung selatan. Keripik tahu e3 ini berfokus pada bidang makanan ringan atau cemilan kering. UMKM ini melayani pemesanan dari pembeli dan produk keripik tahu, umkm ini menggunakan sistem penjualan pre order atau PO adalah saat penjual memasarkan produk yang belum di produksi atau belum ada secara fisik. Pembeli dapat melihat terlebih dahulu seperti apa produknya, dan melakukan pemesanan serta pembayaran, untuk kemudian dilakukan produksi. Umkm ini menggunakan whatsApp sebagai media pemasaran dan pemesanan namun aplikasi whatsApp yang digunakan masih kurang efektif dan belum menggunakan media sosial lain nya yang memiliki fitur khusus yang bagi pengguna yang mempunyai bisnis dan dari hasil diskusi dengan pemilik umkm, beliau ingin ada media yang bisa lebih luas dalam menjangkau pelanggan untuk mengetahui tentang produk umkm keripik tahu.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut tentunya perlu strategi pemasaran guna meningkatkan promosi produk dan meningkatkan pendapatan umkm. Untuk itu platform yang tepat guna mengatasi permasalahan di atas adalah media sosial , dimana pada media sosial ini bisa lebih luas dan pemilik umkm dapat meningkatkan pemasaran keripik tahu.

Sehubungan dengan uraian masalah di atas maka kami tertarik mengadakan pengamatan dan pendekatan sosial mengenai : **“STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA UMKM KERIPIK TAHU DI DESA JATI INDAH”**.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Kecamatan Tanjung Bintang adalah lokasi PKPM yang saya laksanakan, Kecamatan Tanjung Bintang adalah kecamatan yang berada di Kabupaten Lampung selatan, Lampung, Indonesia. Tanjung Bintang adalah kecamatan di suatu Kabupaten Lampung Selatan berada di Kota Kalianda yang juga berfungsi sebagai pusat dari Kecamatan ini terletak sekitar 60 km dari Kota Bandar Lampung, Ibukota Provinsi Lampung. Memiliki luas wilayah sebesar 179,82 km² ,Kecamatan Tanjung Bintang 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 Kabupaten Lampung Selatan. Kecamatan Tanjung Bintang merupakan daerah daratan dan sebagian besar lahan pekarangan,perairan kemudian lahan

untuk perumahan atau pemukiman. Penduduk Kecamatan Tanjung Bintang terdiri dari berbagai suku bangsa (heterogen), sampai dengan tahun 2022 berdasarkan pendataan Desa Jati Indah berkependudukan sejumlah 95.761 jiwa. penyebaran penduduk Desa Jati Indah tersebar secara tidak merata. Sebagian besar penduduk Desa Jati Indah bermata pencaharian sebagai pedagang, nelayan dan PNS. Penduduk Desa Jati Indah hampir sebagian besar adalah masyarakat pendatang yang memiliki latar belakang agama, suku, budaya, dan tingkat pendidikan yang beragam. Ada banyak UMKM di Desa Jati Indah berjumlah 25 UMKM salah satunya UMKM dibidang makanan, dibidang fashion, dan kosmetik, perlengkapan bayi, furnitur, MUA dan sebagainya.

1.1.2 Profil BUMDES

1.1.3 Profil UMKM

Nama Pemilik	:	Ibu Sri Panuti
Nama Usaha	:	Keripik Tahu
Alamat Usaha	:	Desa Jati Indah, Kecamatan Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung.
Jenis Usaha	:	Perseorangan
Jenis Produk	:	Keripik
Skala Usaha	:	Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
Tahun Berdiri	:	24 April 2015
Produk yang Ditawarkan	:	Keripik Tahu
Jumlah Tenaga Kerja	:	-
No. Telp/Hp	:	0822-7823-5628

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, bisa ditarik rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana cara melakukan pemasaran pada UMKM keripik tahu ?

2. Bagaimana cara agar produk UMKM Keripik tahu lebih dikenal oleh pelanggan?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.1.1 Tujuan

1. Untuk Menerapkan perubahan pemasaran produk secara digital pada UMKM Keripik Tahu.
2. Supaya produk-produk pada UMKM keripik tahu lebih dikenal luas oleh pelanggan.

1.1.2 Manfaat

a. Manfaat bagi penulis

1. Mendapatkan nilai lebih yaitu dalam kemandirian disiplin, bersosial, tanggung jawab, dan kepemimpinan.
2. Menambah wawasan dan pengalaman yang dapat dipergunakan untuk bekal masa depan.
3. Mendapatkan keluarga baru.

b. Manfaat 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.

c. Manfaat bagi Masyarakat

1. Memperoleh bantuan tenaga kerja dan pikiran dalam merencanakan dan melaksanakan pengembangan desa.
2. Memberikan inspirasi bagi masyarakat dalam upaya memanfaatkan potensi – potensi usaha yang terdapat di Desa Jati indah tanjung bintang lampung selatan.

d. Manfaat bagi UMKM

1. Meningkatnya penjualan produk UMKM Keripik tahu.
2. Membuat produk – produk UMKM Keripik tahu lebih terkenal dan di percaya oleh pelanggan dengan memanfaatkan pemasaran secara digital.

3. Meningkatkan pendapatan pada UMKM Keripik Tahu.

1.4 Mitra yang Terlibat

Mitra yang terlibat dalam pelaksanaan Praktik kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini yaitu :

1. Desa Jati Indah Kec.Tanjung Bintang Kab.Lampung selatan.
2. UMKM Tahu
3. UMKM Keripik Tahu E3