

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Desa Karang Jaya, merupakan salah satu desa yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai buruh tani harian lepas, di desa Karang Jaya terdapat banyak usaha-usaha kecil salah satunya Madu yang secara tidak langsung memberikan dampak positif dan banyak potensi untuk memajukan desa tersebut.

Ada beberapa Ekonomi Mikro yang terdapat di Desa Karang Jaya yaitu peternakan madu. 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 Desa Karang Jaya sendiri beberapa telah memiliki handphone yang cukup mendukung. Meski tak begitu lengkap dan tertata namun sudah belum bisa digunakan untuk berkreaitivitas membuat promosi untuk media sosial.

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.

Permasalahan di UMKM Madu Betung Jaya ini adalah belum adanya akun media social sehingga belum banyak orang tau tentang Madu Betung jaya ini ,sehingga kurangnya penjualan Madu tersebut.

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 : Instagram.

#### **1.1.1. Profil dan Potensi Desa UMKM**

Desa/Kelurahan Karang Jaya (Kelurahan Karang Jaya)

Kecamatan Merbau Mataram, Kabupaten Lampung Selatan,

Provinsi Lampung

NKRI (Republik Indonesia)

Kode Wilayah Administrasi = 18.01.18.2005

Kode POS = 35357

#### **Potensi desa**

Selama sebulan kelompok kami melaksanakan kegiatan PKPM di desa ini,

Menurut kami potensi desa yang ada yaitu seperti Madu dan jagung

### **1.1.2 Profil BUMDES**

BUMDES yang ada di desa ini yaitu Jagung, yang dikelola oleh kelompok usaha bersama Petani Jagung Karang Jaya.

### **1.1.3 Profil UMKM**

UMKM madu betung jaya berdiri pada tahun 2012 memiliki luas tanah 1000 meter dan memiliki jumlah pekerja 5 orang. Dengan skala usaha mikro, jenis madu yang tersedia di UMKM madu betung jaya yaitu madu trigona, apis cerana, dan apis dorsata.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana memberikan pengetahuan dan pengembangan teknologi di UMKM madu betung jaya?
2. Bagaimana proses pembuatan social media (instagram) UMKM Madu Betung Jaya?
3. Bagaimana cara mempromosikan Madu Betung Jaya di social media (instagram)?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat**

### **1.3.1 Tujuan**

Tujuan pemanfaatan social media penjualan Online dalam UMKM Madu Betung Jaya ini adalah sebagai sarana informasi yang dapat di akses secara online melalui website maupun smartphone.

### **1.3.2 Manfaat**

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat, IIB Darmajaya, Mitra yang terlibat dan mahasiswa sebagai berikut :

#### **1. Masyarakat**

- 1) Mempermudah mendapat informasi terkait UMKM melalui social media

#### **2. IIB Darmajaya**

- 1) Sebagai referensi tambahan pengetahuan terkait salah satu UMKM yang ada di Desa Karang Jaya.
- 2) Sebagai bentuk pengabdian mahasiswa IIB Darmajaya terhadap masyarakat Karang Jaya dalam “Pemasaran Digital Marketing Berbasis Teknologi dan Bisnis” .

#### **3. Mahasiswa**

- 1) Memperoleh pengetahuan baru terkait bidang usaha mikro kecil menengah madu betung jaya termasuk pembelajaran dari proses awal sampai dengan selesai.

- 2) Memperdalam pengetahuan proses pemasaran Produk
- 3) Melatih pola pikir mahasiswa serta pemecahan masalah terhadap situasi yang sedang di hadapi.
- 4) Menjadi sarana pembelajaran mahasiswa terhadap bidang sosial hingga menyalurkan ilmu yang telah didapatkan dari kampus kepada masyarakat.