

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai salah satu strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) melalui pelatihan menjadi Langkah yang penting. Pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan tentang pemasaran digital, manajemen usaha, hingga strategi inovasi produk. Dengan mengikuti pelatihan, saya berharap pelaku UMKM di Desa Tri Tunggal dapat lebih siap menghadapi tantangan persaingan di era modern serta dapat memanfaatkan peluang yang ada, termasuk pemasaran melalui media sosial.

Berdasarkan data dari Kementrian Koperasi dan UKM, sector UMKM di Indonesia menyumbang sekitar 60,52% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2023 dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Meskipun begitu, UMKM di banyak daerah, termasuk Desa Tri Tunggal, menghadapi berbagai tantangan yang signifikan. Salah satu tantangan terbesar adalah keterbatasan dalam pemasaran.

Di tengah kemajuan teknologi digital, media sosial menawarkan peluang besar untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Laporan We Are Social (2024) menyebutkan bahwa Indonesia memiliki lebih dari 190 juta pengguna aktif media sosial, sehingga menjadikannya salah satu negara dengan penetrasi media sosial tertinggi di dunia. Media sosial tidak hanya digunakan untuk alat komunikasi, akan tetapi juga sudah menjadi platform promosi yang efektif dan murah. Dengan memanfaatkan media sosial, produk UMKM dapat di kenal lebih luas dan meningkatkan penjualan.

UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian desa. UMKM tidak hanya membantu mendorong ekonomi lokal saja akan tetapi juga dapat

membuka lapangan kerja bagi masyarakat desa. Namun, salah satu tantangan yang dihadapi UMKM, khususnya di Desa Tri Tunggal adalah keterbatasan dalam pemasaran. Sebagian besar UMKM di Desa Tri Tunggal masih menggunakan metode tradisional, seperti menjajakan secara langsung ataupun menitipkan ke warung-warung. Cara pemasaran seperti ini tentu memiliki jangkauan yang sempit yang kemudian menghambat potensi pertumbuhan usaha mereka.

Di era digital ini, media sosial memiliki dampak yang sangat besar dalam memperluas jangkauan pemasaran. Media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif dan terjangkau. Dengan memaksimalkan penggunaan media sosial untuk promosi, maka produk UMKM dapat dikenal oleh masyarakat luas, sehingga peluang penjualan meningkat.

Sebagai perangkat desa sekaligus mahasiswa yang peduli terhadap perkembangan UMKM di desa saya, saya sering mengamati kondisi pelaku usaha di lingkungan sekitar. Banyak UMKM di Desa Tri Tunggal yang memiliki produk berkualitas, tetapi belum dikenal secara luas karena keterbatasan akses pemasaran. Oleh karena itu, saya berinisiatif untuk membantu mempromosikan produk-produk UMKM di Desa Tri Tunggal melalui media sosial. Saya berharap upaya ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat pada produk lokal serta membantu memperluas jaringan pemasaran UMKM di Desa Tri Tunggal.

Sebagai bagian dari kondisi lokal, Desa Tri Tunggal memiliki beberapa UMKM yang berpotensi untuk berkembang, akan tetapi banyak di antaranya yang masih menghadapi kendala dalam hal pemasaran. Oleh karena itu, penting bagi pengembangan UMKM untuk memanfaatkan teknologi dan strategi pemasaran modern, seperti memanfaatkan media sosial, guna meningkatkan jangkauan daya saing produk mereka. Pelatihan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia menjadi kunci

dalam upaya ini, karena pengetahuan yang baik akan menghasilkan keterampilan dan akan mempercepat proses penerapan teknologi dan strategi baru.

Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia adalah kunci utama dalam menghadapi tantangan tersebut. Pengetahuan yang memadai akan menghasilkan keterampilan yang baik, mempercepat mengikuti teknologi baru, dan membuka peluang baru dalam pemasaran serta pengelolaan usaha. Dengan begitu, proyek ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga menciptakan solusi yang berkelanjutan untuk perkembangan UMKM di Desa Tri Tunggal.

Melalui proyek pengembangan ini, saya sangat berharap dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesejahteraan Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Tri Tunggal. Dengan Langkah kecil dan niat yang tulus, saya bermimpi UMKM di Desa Tri Tunggal dapat terus berkembang, menciptakan peluang baru dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat terutama masyarakat Desa Tri Tunggal.

B. Batasan Masalah

Masalah yang akan di kaji dan di analisis dalam penelitian ini adalah menyangkut strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Tri Tunggal melalui peningkatan sumber daya manusia.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Strategi pengembangan UMKM di Desa Tri Tunggal ?
2. Apakah strategi yang di gunakan sudah tepat untuk pengembangan UMKM di Desa Tri Tunggal ?

D. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis strategi pengembangan UMKM di Desa Tri Tunggal.
2. Menilai apakah strategi yang digunakan saat ini sudah tepat untuk pengembangan UMKM di Desa Tri Tunggal.

E. Manfaat

Penelitian ini di harapkan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis :

- a. Menambah wawasan mengenai strategi pengembangan UMKM, khususnya dalam aspek peningkatan sumber daya manusia (SDM) dan pemasaran melalui media sosial.
- b. Mengembangkan wawasan kajian ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai pelaku UMKM di Desa Tri Tunggal, yang dapat di jadikan rujukan penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis :

- a. Hasil penelitian ini merupakan sumbangan pemikiran bagi pengambil keputusan dalam memperluas pasar bagi produk UMKM di Desa Tri Tunggal yang akan datang.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan tolak ukur kinerja dan konsep kerja baru yang kajian pemasarannya produk UMKM masyarakat di Tri Tunggal seterusnya.