

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kegiatan KKNT saat ini yang diselenggarakan berbasis IT. Sebagian besar pengerjaannya menggunakan media sosial atau berbasis IT. Pada tahun 2020 Indonesia bahkan dunia dilanda pandemi Covid-19. Hal ini menyebabkan interaksi antar manusia menjadi terbatas sehingga mahasiswa yang mengikuti diwajibkan untuk memiliki beberapa mitra seperti organisasi sosial, serta kelompok usaha kecil menengah atau bisa juga diganti dengan BUMDes. Kemudian mitra tersebut nantinya akan diberikan pendampingan oleh kelompok KKNT selama empat bulan.

Sasaran daerah yang akan didampingi selama melaksanakan program KKNT kelompok ini merupakan Desa Pliken, Kecamatan Kembaran, Kabupaten Banyumas [1]. Desa Pliken merupakan salah satu desa yang terdapat di Kabupaten Banyumas. Sudah sejak lama desa pliken dikenal sebagai daerah penghasil keripik tempe. Di desa ini, dapat dilihat hampir seluruh warganya menggantungkan sektor ekonominya pada sektor produksi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mulai dari terdapat UMKM Makanan Ringan dan berbagai macam UMKM Kerajinan.

Dalam hal ini, kelompok 4 telah memilih untuk menjalin hubungan mitra dengan UMKM Makanan Ringan Keripik Tempe “Niki Eco”. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, alasan dibalik terpilihnya mitra ini karena terdapat sejumlah masalah dampak dari pandemi yang dialami oleh mitra terkait. Usaha keripik tempe ini memiliki kendala yang sama dalam bidang pengelolaan *re-branding* dan juga *e-commerce*. Rendahnya pengetahuan dan kemampuan untuk menyusun strategi marketing dalam memasarkan produk yang dimiliki,

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara meningkatkan aspek pengemasan untuk produk pada keripik tempe?
2. Bagaimana meningkatkan kualitas banner nama usaha yang sudah tidak layak?
3. Bagaimana aspek pemasaran yang masih belum ada dalam media *social*?

1.3 Tujuan kegiatan

1. Meningkatkan perkembangan *Re-branding* pada kemasan keripik tempe agar dapat menambah ketertarikan penjualan keripik tempe.
2. Mengganti kualitas banner yang lebih layak dan membuat desain yang menarik.
3. Membuat pemasaran *e-commerce* dalam pembuatan akun media sosial yang dapat membantu penjualan umkm lebih maju mengikuti perkembangan jaman.

1.4 Manfaat kegiatan

Manfaat dari terlaksananya program kerja ini adalah diperolehnya kemudahan bagi umkm pengusaha keripik tempe dalam pemasaran online yaitu melalui mediasosial serta meningkatkan *re-branding* dari produk keripik tempe untuk menambah ketertarikan masyarakat yang membeli.