

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mampu bertahan dan tetap berkembang sebagai penyedia barang jasa baik ditingkat nasional maupun internasional. Menurut Ramli (2010), keunggulan UMKM di Indonesia berkembang pesat dan memberikan kontribusi besar dalam pembangunan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu semakin bertambahnya jumlah UMKM dan penyerapan tenaga kerja. Peningkatan ini tentu saja selain dikarenakan kreativitas yang tinggi para pelaku sektor UMKM, kemampuan perusahaan dalam memilih strategi dalam memasarkan produk juga memegang peranan yang sangat penting (Lutfi & Firmansyah, 2021)

Namun, pada kenyataannya masih banyak UMKM yang tidak menerapkan *E-Commerce* sebagai metode untuk mempromosikan produknya. Karena kebanyakan UMKM melakukan pemasaran produknya secara spontan, tidak terarah, fleksibel, dan apa adanya. Hal inilah yang menyebabkan UMKM gagal bahkan tidak mampu bersaing di tengah pasar. Padahal dengan hadirnya internet, berpotensi untuk mengubah pemasaran UMKM termasuk penyesuaian, hubungan dengan pelanggan, akses ke pasar baru yang lebih luas, kolaborasi dengan UMKM lain, kolaborasi produk dengan pelanggan, dan mampu meningkatkan efisiensi internal UMKM (Alford & 2015). Ketidaktahuan pelaku UMKM terhadap konsep digital marketing inilah yang menjadi penyebab hanya sekitar 8% atau 3.79 juta pelaku UMKM dari 59.2 juta di Indonesia yang sudah memanfaatkan platform online untuk memasarkan produknya. Padahal, manfaat yang akan didapatkan dalam menggunakan sosial media atau *E-commerce* sebagai sarana pemasaran produk UMKM sangat besar. *E-commerce* merupakan layanan yang berbasis teknologi internet yang dapat digunakan sebagai alat

bertransaksi jual beli barang/jasa. *E-commerce* memiliki beberapa fasilitas yang dapat dimanfaatkan perusahaan atau produsen dalam memasarkan barangnya secara praktis dan efisien.

Untuk dapat berperan dalam pengembangan ekonomi pada UMKM maka perlu adanya pemahaman dalam mengembangkan dan meningkatkan daya saing UMKM, salah satunya dengan penggunaan *E-commerce*. Walau perkembangan teknologi informasi semakin maju, namun sebagian besar UMKM yang ada belum memanfaatkan dengan optimal aplikasi *E-commerce*. Karena dengan kurangnya pemanfaatan *E-commerce* akan berdampak terhadap keberlangsung UMKM dan melemahnya tingkat daya saing dan ketertinggalan terhadap perusahaan yang besar yang sudah menggunakan *E-commerce*. Karena *E-commerce* merupakan pemasaran yang efektif dan sangat efisien dilakukan untuk saat ini.

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 Margorejo, Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran, Lampung.

Desa Margorejo memiliki beberapa UMKM yang tersebar di seluruh desa, salah satunya yaitu UMKM Keripik Pisang Azka Jaya, yang terletak di Desa Margorejo. Keripik pisang ini berfokus pada bidang makanan ringan atau cemilan keripik pisang lumer dengan 3 varian rasa, original, coklat, dan stroberi. Berdasarkan uraian diatas saya memutuskan untuk membantu pengembangan pemasaran UMKM Keripik Pisang Azka Jaya secara online dengan menggunakan *E-Commerce* Shopee dan Media Sosial Tiktok sebagai sistem digital marketingnya. Dengan cara melakukan penjualan produk dan promosi melalui *E-commerce* dengan tujuan yaitu untuk memperluas target pasar, dan membantu memberikan arahan guna meningkatkan pemasaran pada UMKM.

Pemasaran online, pembuatan logo, dan banner yang saya buat tentunya dapat mempermudah pelanggan untuk mencari tahu mengenai UMKM Keripik Pisang ini. Pengetahuan mengenai teknologi pemasaran melalui *E-commerce* masih kurang di kuasai dan dipahami. Sehingga mahasiswa PKPM IIB Darmajaya membantu dengan memberikan pengetahuan dan inovasi tentang cara mengembangkan produk UMKM melalui *E-Commerce*.

Dengan membuat laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang berjudul **“PENERAPAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN DAN MEMPERLUAS PEMASARAN PADA UMKM KERIPIK PISANG AZKA JAYA DESA MARGOREJO, TEGINENENG, PESAWARAN”**

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

2. Profil Desa



Gambar 1. Peta Desa Margorejo

Pada mulanya Desa Margorejo Kecamatan Tegineneng Pesawaran sebelum menjadi perkampungan atau permukiman penduduk masih berupa hutan produksi, dengan status tanah milik pemerintah. Seiring pertumbuhan penduduk, sebagaimana dijelaskan oleh Sarimin selaku tokoh masyarakat, bahwa sekitar tahun 1959, sudah banyak pemukiman penduduk yang dibuat oleh warga dengan 100 KK yang sudah tercatat. Posisi tanah yang dibuat pemukiman tersebut masih berstatus hak pemerintah.

Sejarah dibukanya daerah ini memunculkan permasalahan, perselisihan antara pihak warga dengan pihak pemerintah, karena status tanah milik pemerintah dan pemukiman warga semakin banyak, diadakanlah suatu perjanjian, isi perjanjian tersebut adalah tanah yang

ditempati warga hanya hak garap yang disebut masyarakat dengan istilah Tumpang Sari atau tanah garapan.

Arti nama Desa Margorejo ini adalah Marga “jalan” dan Rejo “rame”. Sekitar tahun 1964 di 4 dusun (Margorejo, Muntilan, Panggung Asri dan Margodadi) dipimpin oleh Kepala Susukan. Sebelumnya menggabung dengan Desa Margomulyo (1959-1964). Pada tahun 1963 terbentuknya kepala desa pertama kalinya yang dipimpin oleh bapak Suraji. Kemudian, nama kepala susukan dihilangkan dan diganti dengan kepala desa karena sudah layak menjadi desa.

Kepemimpinan Kepala Desa yang beragama Islam banyak toleransi dengan warga yang beragama lain. Hal ini terbukti bahwa dari tahun 1963 sampai sekarang, Islam toleransi dalam kepemimpinan kepala desa dengan warga yang beragama lain di Desa Margorejo.

Adapun letak geografi Desa Margorejo sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Gerning Kecamatan Tegineneng.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Watu Agung kecamatan Kalirejo.
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Sinarjati Kecamatan Tegineneng.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Bangunrejo Kecamatan Bangunrejo.

1.1.2 Demografi dan Mata Pencarian Desa Margorejo

Berdasarkan hasil sensus penduduk Tahun 2021 diketahui jumlah penduduk Desa Margorejo mencapai 4.373 jiwa dengan jumlah kepala keluarga 1193 KK. Sebagian besar penduduk Desa Margorejo adalah suku Jawa, hal ini terlihat dari jumlah penduduknya 99% suku Jawa.

Mayoritas mata pencaharian di Desa Margorejo adalah petani dengan jumlah jiwa mencapai 2091 jiwa.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Jiwa
1	Laki-laki	2307 Jiwa
2	Perempuan	2066 Jiwa

Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencharian

No	Ekonomi Masyarakat	Jumlah Jiwa
1	Petani	2091 Jiwa
2	Buruh Tani	316 Jiwa
3	Pegawai Negeri Sipil	17 Jiwa
4	Pengrajin	16 Jiwa

1.1.3 Struktur Organisasi Desa Margorejo

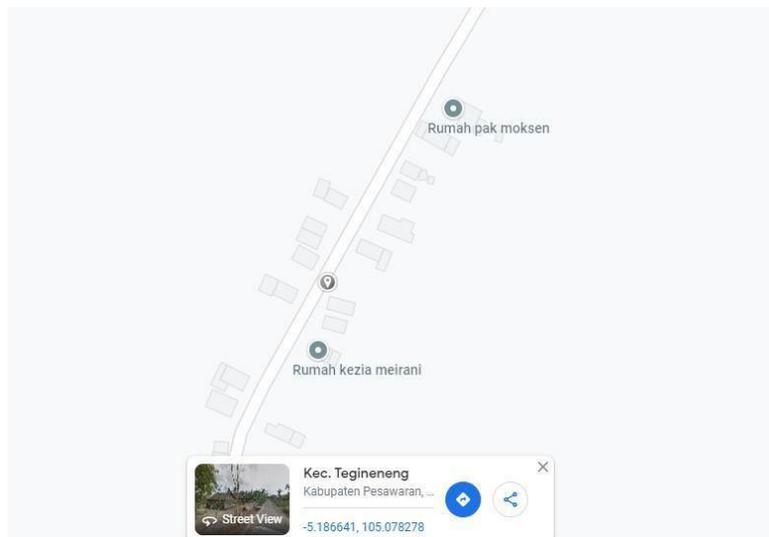
Tabel 1.3 Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Margorejo

NAMA	JABATAN
Wagiran	Kepala Desa
Mardiono	Sekretaris Desa
Gintoro	Kaur Tata Usaha Dan Umum

Koko Triyono	Kaur Perencanaan
Musliman	Kaur Keuangan
Paniran	Kasi Pemerintahan
Yoyok Yudo	Kasi Kesejahteraan
Joko Susilo	Kasi Pelayanan
Ahmad Sholeh Anwar	Kadus Margorejo
Dani Ardiansyah	Kadus Muntilan
Diki Nur Fauzi	Kadus Panggung Asri Barat
Pamuji	Kadus Panggung Asri Timur

1.1.4 Profil UMKM

Nama Pemilik	: Meri Fitriani
Nama Usaha	: Azka Jaya
Alamat Usaha	: RT 15 RW 04 Dusun Panggung Asri, Desa Margorejo, Kec. Tegineneng, Pesawaran, Lampung.
Jenis Usaha	: Perseorangan
Jenis Produk	: Keripik
Skala Usaha	: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
Tahun Berdiri	: 2014
Produk yang ditawarkan	: Keripik Pisang
Jumlah Tenaga Kerja	: 5
No.Tlp/HP	: 0878-9913-7040



Gambar 2. Peta UMKM Keripik Azka Jaya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan *E-Commerce* untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran pada UMKM?

1.3 Tujuan

1. Menerapkan *E-Commerce* untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran pada UMKM.

1.4 Manfaat

1. Pengalaman berbisnis yang berbeda, mengelola bisnis dengan *E-commerce* memberi penjual pengalaman berbisnis yang berbeda dari model tradisional. Hal ini dapat memperluas pandangan dan wawasan penjual dalam dunia bisnis.
2. Fleksibilitas Waktu, dengan *E-commerce* memungkinkan kita menjalankan bisnis secara online 24/7 tanpa harus terikat dengan jam operasional toko fisik, memberi kita fleksibilitas dalam mengatur waktu dan pekerjaan.
3. Memperoleh pengetahuan baru dalam bidang usaha pembuatan Keripik Pisang.
4. Menjadi bahan pembelajaran, menumbuhkan jiwa kewirausahaan, dan sarana menyalurkan ilmu yang didapat dari kampus kepada masyarakat.

1.4.1 Manfaat Kegiatan

a. Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa mendapatkan pengalaman belajar tentang tanggung jawab, kejujuran, integritas, dan ketulusan dalam membantu masyarakat melalui kegiatan PKPM.
2. Memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa tentang penerapan dan pengembangan ilmu teknologi di luar kampus.

3. Mahasiswa dapat mengasah keterampilan sosial, berkomunikasi dengan berbagai lapisan masyarakat, dan belajar untuk mencari alternative untuk mengatasi tantangan yang muncul.

b. Bagi IIB Darmajaya

1. Meningkatkan reputasi dan citra kampus melalui PKPM, kampus dapat memperlihatkan komitmen mereka terhadap pengabdian masyarakat dan kontribusi positif pada lingkungan sekitar.
2. Bagian dari promosi kampus IIB Darmajaya agar kampus IIB Darmajaya lebih dikenal oleh masyarakat luas.

c. 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 di Desa Margorejo, Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran, Lampung.
3. Mengetahui cara penggunaan *E-Commerce* bagi UMKM yang ada di desa sebagai media digital marketing seperti Shopee dan Tiktok untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran produk.

1.5 Mitra Yang Terlibat

Berikut merupakan Mitra yang terlibat dalam pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Margorejo, Kecamatan Tegineneg, Kabupaten Pesawaran.

1. Kepala Desa Margorejo
2. Perangkat Desa Margorejo
3. Pemilik UMKM Keripik Azka Jaya
4. Masyarakat Desa Margorejo