

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan tulang punggung ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan sektor ekonomi lokal. Namun, meskipun memiliki kontribusi yang besar, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pemasaran dan peningkatan pendapatan.

Salah satu permasalahan utama yang sering dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan dalam pemasaran produk mereka. Banyak pelaku UMKM yang masih menggunakan metode pemasaran konvensional, seperti menjual produk secara langsung di pasar tradisional, menitipkan barang di warung-warung kecil, atau mengandalkan jaringan pemasaran dari mulut ke mulut. Metode ini memiliki keterbatasan dalam menjangkau konsumen yang lebih luas, sehingga pertumbuhan usaha menjadi terhambat. Selain itu, persaingan yang semakin ketat dengan produk-produk dari usaha besar maupun produk impor semakin mempersempit peluang UMKM untuk berkembang.

Salah satu UMKM yang mengalami permasalahan serupa adalah Keripik Rumah Kriuk yang berlokasi di Desa Banjaran, Kabupaten Pesawaran. UMKM ini bergerak di bidang produksi makanan ringan berbasis keripik dengan berbagai varian rasa yang khas. Meskipun memiliki produk yang berkualitas dan telah memiliki pelanggan setia di lingkungan sekitar, usaha ini masih menghadapi kendala dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pasarnya. Salah satu faktor utama yang menjadi hambatan adalah kurangnya pemanfaatan teknologi digital, terutama dalam pemasaran dan distribusi produk.

Di era digital saat ini, pemanfaatan aplikasi marketplace menjadi solusi strategis dalam memperluas jangkauan pasar bagi UMKM. Marketplace seperti Shopee, Facebook menawarkan platform yang memungkinkan produk UMKM untuk lebih mudah dijangkau oleh konsumen di berbagai daerah. Dengan adanya fitur promosi, kemudahan transaksi,

serta sistem logistik yang terintegrasi, marketplace dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing mereka. Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam mengoptimalkan penggunaan marketplace untuk mendukung bisnis mereka.

### **1.1.2 Profil Desa**

Desa Banjaran dahulu didirikan oleh Hi. Moh Nur, Dahulu pemukiman penduduk Banjaran berada diseberang sungai yang sekarang merupakan areal Pesawahan Banjaran.

Atas permintaan Hi. Moh. Nur kepada Hi. Moh. Syarif (Orang Tua dari Ismail Suntan Raja Dilampung/Pimpinan Marga Way Ratai), Maka pindahlah Pekon Banjaran ketempat yang sekarang ini, dengan beberapa persyaratan Secara Adat Lampung yaitu : Beras 1 (satu) Talam, Kain Putih 1 (satu) Potong dan dengan sejumlah uang Ringgit.

Maka pada tahun 1917 berdirilah kampung tersebut dengan nama Pekon Kota Bumi, tetapi secara pemerintahan tetap dengan nama Banjaran. Asal kata Banjaran itu sendiri berasal dari bahasa Lampung yaitu Banjaran (ditambahkan). Asal mulanya adalah kulit kerbau yang diolah menjadi tali dan ditambahkan dari timur sampai ke barat sebagai batas dari Desa Banjaran.

Luas Desa Banjaran di Kecamatan Padang Cermin adalah 259 ha/m<sup>2</sup> dari luas total Desa Banjaran, Batas-batas Desa Banjaran, Yaitu:

- a) Sebelah Utara: Desa Padang Cermin, Kecamatan Padang Cermin
- b) Sebelah Selatan: Desa Gayau, Kecamatan Padang Cermin
- c) Sebelah Timur: Desa Sanggi'Berak, Kecamatan Padang Cermin
- d) Sebelah Barat: Desa Trimulyo, Kecamatan Padang Cermin.

### **1.2.1 Potensi Desa**

Desa Banjaran memiliki potensi yang cukup besar dalam berbagai sektor, terutama di bidang pertanian, peternakan, dan ekonomi kreatif. Desa ini dikenal sebagai daerah yang subur dengan hasil pertanian yang melimpah, seperti padi, sayuran, dan buah-buahan. Selain itu, terdapat juga sektor peternakan yang berkembang dengan baik, seperti peternakan ayam, sapi, dan kambing yang menjadi salah satu sumber mata pencaharian utama masyarakat.

Desa Banjaran memiliki potensi yang cukup besar dalam berbagai sektor, terutama di bidang pertanian, peternakan, dan ekonomi kreatif. Desa ini dikenal sebagai daerah yang subur dengan hasil pertanian yang melimpah, seperti padi, sayuran, dan buah-buahan. Selain itu, terdapat juga sektor peternakan yang berkembang dengan baik, seperti peternakan ayam, sapi, dan kambing yang menjadi salah satu sumber mata pencaharian utama masyarakat.

Selain potensi di sektor pertanian dan peternakan, Desa Banjaran juga memiliki industri rumah tangga dan usaha mikro yang berkembang pesat. Produk-produk lokal seperti kerajinan tangan, makanan olahan, serta usaha kuliner menjadi bagian dari daya tarik ekonomi desa ini. Dengan adanya potensi tersebut, pemberdayaan masyarakat dalam aspek ekonomi dan kesehatan, termasuk dalam pencegahan stunting, dapat lebih efektif dilakukan.

Dukungan infrastruktur desa yang cukup memadai serta peran aktif masyarakat dalam berbagai kegiatan sosial juga menjadi faktor pendukung keberhasilan program edukasi pencegahan stunting. Dengan memanfaatkan potensi yang ada, Desa Banjaran memiliki peluang besar untuk menciptakan generasi yang lebih sehat dan bebas dari stunting melalui sinergi antara masyarakat, pemerintah desa, serta pihak akademis.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi yang efektif dalam mengoptimalkan penggunaan aplikasi marketplace guna meningkatkan pendapatan UMKM Keripik Rumah Kriuk?

### **1.4 Tujuan dan Manfaat**

#### **1.4.1 Tujuan**

Menyusun strategi optimal dalam memanfaatkan marketplace untuk meningkatkan pendapatan UMKM Keripik Rumah Kriuk

#### **1.4.2 Manfaat**

1. Bagi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
  - a. Memperkuat implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat

- b. PKPM merupakan salah satu tolak ukur hasil pendidikan yang dicapai masyarakat.

## 2. Bagi Mahasiswa

- a. Sebagai wujud pengabdian masyarakat dan salah satu acuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa
- b. Memberikan pengalaman langsung dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam program pengabdian kepada masyarakat

## 3. Bagi Masyarakat Desa Banjaran

- a. Membantu pelaku UMKM dalam mengoptimalkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk melalui marketplace

### **1.4 Mitra yang Terlibat**

Mitra yang terlibat dalam kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM)

1. Kepala Desa dan Seluruh Staff Desa Banjaran yang telah mengizinkan penulis untuk turut berkontribusi dan membantu Balai Desa dalam melakukan kegiatan kantor secara lebih efisien dan efektif.
2. Pelaku UMKM Kripik rumah Kriuk, sebagai subjek utama dalam penelitian ini yang akan mengimplementasikan strategi pemasaran digital
3. Seluruh masyarakat Desa Banjaran yang turut serta membantu untuk menjalankan program kerja kami
4. Ibu Ummi selaku pemilik UMKM Keripik Rumah Kriuk