

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan wujud pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi pada aspek pengabdian kepada masyarakat, yang menjembatani dunia akademik dengan kehidupan sosial. Melalui PKPM, mahasiswa menerapkan ilmu dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan menjadi solusi nyata bagi masyarakat. Kegiatan ini juga mengasah kemampuan adaptasi, komunikasi, kerja sama, dan pemecahan masalah, sekaligus memperluas wawasan serta meningkatkan kepedulian sosial. Kehadiran mahasiswa diharapkan membawa motivasi, kreativitas, dan inovasi yang bermanfaat bagi pembangunan lokal di berbagai bidang, seperti sosial, ekonomi, pendidikan, dan teknologi. Dengan demikian, PKPM menjadi sarana nyata penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) untuk memberdayakan masyarakat, mendorong pembangunan berkelanjutan, dan meningkatkan kualitas hidup bersama.

Salah satu sektor yang sering menjadi fokus program pengabdian masyarakat adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki definisi yang bervariasi di berbagai literatur, lembaga, dan instansi, bahkan menurut ketentuan undang-undang yang berlaku. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, dijelaskan bahwa: (1) Usaha Mikro adalah kegiatan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu sesuai peraturan perundang-undangan; (2) Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dikelola oleh individu atau badan usaha, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah maupun usaha besar, dan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan; serta (3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang bersifat mandiri, dijalankan oleh individu atau badan usaha, bukan bagian dari usaha kecil atau besar, dan memiliki kekayaan bersih maupun hasil penjualan tahunan sesuai ketentuan hukum yang berlaku. (Agustin et al., 2023)

Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya persaingan usaha, UMKM sangat perlu memanfaatkan digital marketing karena memiliki banyak keunggulan yang mendukung pengembangan usaha. Melalui digital marketing, sasaran pasar dapat ditentukan secara lebih spesifik berdasarkan demografi, lokasi, gaya hidup, hingga kebiasaan konsumen. Selain itu, hasil pemasaran dapat terlihat dengan cepat sehingga pelaku usaha dapat segera melakukan evaluasi atau penyesuaian jika diperlukan. Dari sisi biaya, strategi ini jauh lebih hemat dibandingkan pemasaran konvensional, namun tetap mampu menjangkau audiens yang lebih luas tanpa terbatas oleh wilayah geografis. Keunggulan lainnya adalah aksesibilitas yang tidak mengenal batas waktu, sehingga promosi bisa dilakukan kapan saja. Hasil kampanye pun lebih mudah diukur, misalnya melalui jumlah kunjungan website maupun transaksi pembelian online. Digital marketing juga memungkinkan personalisasi kampanye sesuai kebutuhan target konsumen, serta membuka ruang untuk engagement melalui komunikasi langsung dan dua arah. Dengan begitu, pelaku UMKM dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan sekaligus meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan. (Kohar, 2023)

Salah satu upaya yang dapat dilakukan UMKM untuk mempertahankan pelanggan di era digital adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Strategi ini dapat diwujudkan melalui pembangunan kehadiran online yang kuat, baik dengan menggunakan website, media sosial, maupun platform e-commerce. Selain itu, UMKM juga dapat meningkatkan pengetahuan serta pemahaman mereka tentang dunia digital dengan mengikuti berbagai platform edukasi terkait teknologi. Dengan keterampilan dan wawasan yang memadai, pelaku usaha mampu berinteraksi secara efektif dengan konsumen yang kini semakin terbiasa melakukan transaksi melalui media sosial dan layanan online. Lebih jauh lagi, pemanfaatan digital marketing juga menjadi langkah penting untuk memperluas jangkauan promosi produk atau layanan, sekaligus membangun serta memperkuat hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan. (Made Ardhy Kusuma Iswara & Putu Mahyuni, 2024)

Meskipun UMKM memiliki potensi yang besar dalam perekonomian lokal, mereka sering kali menghadapi berbagai tantangan dalam promosi dan pemasaran produk,

terutama di era digital saat ini. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Banyak pelaku UMKM, khususnya di daerah pedesaan, yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, sehingga jangkauan pasar mereka menjadi terbatas. Berdasarkan hasil survei lapangan di Desa Buah Berak, Kecamatan Kalianda, sebagian besar pelaku UMKM, khususnya pada industri mikro, menghadapi kendala dalam kurangnya promosi digital. Kondisi serupa ditemukan pada **UMKM Emping "Semoga Jaya"** milik Ibu Suhaemah di Dusun 03 Desa Buah Berak. Meskipun memiliki potensi pasar yang cukup baik karena produknya diminati masyarakat, pemasarannya masih cukup terbatas. Hal ini menunjukkan perlunya intervensi yang tepat untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi, sehingga mereka dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

UMKM Emping "Semoga Jaya" di Dusun 03, Desa Buah Berak, merupakan salah satu usaha mikro yang memproduksi emping melinjo berkualitas dengan bahan baku lokal. Usaha ini dikelola oleh Ibu Suhaemah bersama beberapa anggota keluarga dan warga sekitar, sehingga turut berperan dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Meskipun produk empingnya memiliki rasa yang khas dan telah mendapatkan respon positif dari pembeli, usaha ini masih mengalami kendala dalam memperluas pasar. Saat ini, promosi produk masih dilakukan secara konvensional, seperti melalui mulut ke mulut dan penjualan langsung di pasar tradisional atau lingkungan sekitar. Ibu Suhaemah dan para pelaku usaha belum memanfaatkan platform digital secara optimal, sehingga potensi produk untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, termasuk pasar regional bahkan nasional, belum tergarap dengan baik. Minimnya pengetahuan mengenai pemasaran digital, keterbatasan akses internet, serta kurangnya sumber daya untuk mengelola media sosial dan website menjadi faktor utama penghambat pertumbuhan usaha. Dengan adanya program pendampingan dalam pengembangan website promosi, diharapkan UMKM ini dapat meningkatkan visibilitas produk, membangun branding yang lebih profesional, serta membuka peluang pemasaran yang

lebih luas. Penguatan kapasitas digital ini juga akan menjadi langkah awal bagi pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan di masa depan.

Dalam era digital yang semakin berkembang, keberadaan website sebagai media promosi digital menjadi sangat penting bagi UMKM, termasuk **UMKM Emping "Semoga Jaya"**. Pembuatan website tidak hanya berfungsi sebagai etalase produk, tetapi juga sebagai platform yang dapat meningkatkan kredibilitas dan profesionalisme usaha. Dengan memiliki website, UMKM dapat menampilkan informasi lengkap mengenai produk, proses produksi, serta nilai-nilai yang diusung, sehingga konsumen dapat lebih mengenal dan memahami produk yang ditawarkan. Website juga memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik secara lokal maupun nasional. Melalui optimasi mesin pencari (SEO) dan strategi pemasaran digital lainnya, produk emping dapat lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli yang mencari produk serupa di internet. Selain itu, website dapat dilengkapi dengan fitur e-commerce, yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian secara langsung, sehingga mempermudah transaksi dan meningkatkan penjualan. Dengan demikian, urgensi pembuatan website sebagai media promosi digital sangat jelas. Ini bukan hanya tentang memperluas jangkauan pasar, tetapi juga tentang meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM Emping "Semoga Jaya" dapat bertransformasi menjadi usaha yang lebih modern dan adaptif, serta mampu berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, Melalui kegiatan PKPM penulis mengangkat program kerja **“Pembuatan Website UMKM Emping Semoga Jaya Desa Buah Berak, Kecamatan Kalianda, Lampung Selatan Sebagai Media Promosi Digital”** bukan sekadar solusi jangka pendek, melainkan investasi strategis dalam membangun ekosistem bisnis berkelanjutan. Program ini menghadirkan tiga nilai utama: (1) transformasi digital yang memberdayakan pelaku usaha dengan kemampuan mengakses pasar digital, (2) pelestarian produk lokal melalui promosi berbasis konten digital, dan (3) penguatan ekonomi desa melalui perluasan jaringan pemasaran. Dengan pendekatan berbasis pemberdayaan ini, website tidak hanya berfungsi sebagai media promosi pasif,

tetapi berkembang menjadi platform dinamis yang mencakup edukasi konsumen, transaksi digital, dan penyebaran informasi real-time tentang produk. Melalui kolaborasi antara tim pelaksana PKPM, pemerintah desa, dan pelaku UMKM, program ini diharapkan dapat menjadi model pengembangan usaha mikro yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, sekaligus menjaga kearifan lokal sebagai nilai tambah produk. Pada akhirnya, inisiatif ini tidak hanya membantu UMKM Emping "Semoga Jaya" bertahan di era digital, tetapi juga memposisikannya sebagai pelaku usaha yang mampu bersaing di pasar yang lebih luas dengan tetap mempertahankan identitas lokal yang autentik.

1.1.1 Profile dan Potensi Desa

Desa Buah Berak terletak di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Pemukiman di wilayah ini telah ada sejak awal 1940-an, dan pada sekitar tahun 1955 desa ini secara resmi ditetapkan sebagai desa definitif, seiring dengan meningkatnya arus penduduk baru serta pembentukan pemerintahan desa setelah kemerdekaan Republik Indonesia. Perjalanan perkembangan Desa Buah Berak erat kaitannya dengan sejarah warganya, yang awalnya merupakan kelompok kecil lalu berkembang menjadi komunitas dengan struktur sosial yang lebih teratur.

Nama "Buah Berak" memiliki kisah unik yang menjadi identitas masyarakatnya. Berdasarkan cerita para tokoh setempat, nama ini terdiri dari dua kata: "buah" yang merujuk pada pohon pinang yang banyak tumbuh di daerah tersebut, dan "berak" atau "bekhak" dalam bahasa Lampung yang berarti luas atau lebar. Secara makna, Buah Berak dapat diartikan sebagai "hamparan pohon pinang yang luas". Nama ini telah digunakan sejak lama dan tetap menjadi kebanggaan warga hingga saat ini.

Secara administratif, Desa Buah Berak terbagi menjadi empat dusun, yakni Dusun 1, Dusun 2, Dusun 3, dan Dusun 4. Dusun 1 dan 2 didominasi oleh masyarakat Suku Lampung yang masih melestarikan adat istiadat dan tradisi leluhur, sedangkan Dusun 3 dan 4 mayoritas dihuni oleh warga Suku Sunda yang membawa serta budaya asal

mereka, mulai dari bahasa hingga kebiasaan sehari-hari. Keberagaman ini menciptakan kehidupan sosial yang harmonis dan memperkaya warisan budaya lokal.

Menurut data per Juli 2025, jumlah penduduk Desa Buah Berak mencapai 2.097 jiwa yang tersebar di 8 Rukun Tetangga (RT) dengan total 599 kepala keluarga. Dari jumlah tersebut, terdapat 1.081 laki-laki dan 1.016 perempuan. Demografi ini menunjukkan potensi sumber daya manusia yang signifikan, dengan 182 remaja putri dan 634 anak berusia 0–17 tahun sebagai generasi penerus. Tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya administrasi kependudukan juga tergolong baik, terbukti dari 625 warga yang telah memiliki akta kelahiran serta Kartu Identitas Anak (KIA).

1. Kondisi Geografis

a) Batas Wilayah Buah Berak

Letak geografis Buah Berak, terletak di antara

1. Sebelah Utara : Kelurahan Kalianda
2. Sebelah Selatan : Desa Sumur Kumbang
3. Sebelah Barat : Desa Kesugiah
4. Sebelah Timur : Kelurahan Bumi Agung

b) Luas Wilayah Buah Berak

1. Pemukiman : 40 Ha/m²
2. Persawahan : 7 Ha/m²
3. Perkebunan : 300 Ha/m²
4. Kuburan : -
5. Pekarangan : 10 Ha/m²
6. Perkantoran : -
7. Total Luas : 357 Ha/m²

c) Orbitasi

1. Jarak Ke Ibu Kota Kecamatan terdekat : 3 Km
2. Lama jarak tempuh ke Ibu Kota Kecamatan : 3 Menit
3. Jarak Ke Ibu Kota Kabupaten : 6 Km
4. Lama jarak tempuh ke Ibu Kota Kabupaten : 30 Menit
5. Jarak Ke Ibu Kota Provinsi : 58 Km
6. Lama Jarak tempuh ke Ibu Kota Kabupaten : 1 jam 30 Menit

d) Iklim

1. Curah Hujan : 2000-3000 mm/tahun
2. Jumlah Bulan Hujan : Oktober - Maret
3. Kelembapan : 70%- 90%
4. Suhu Rata Rata Harian : 23°C – 32°C
5. Tinggi Tempat Pemukiman : 100-300 Mdpl

2. Kondisi Demografis

Jumlah Kepala Keluarga : 600

a) Penduduk Jenis Kelamin

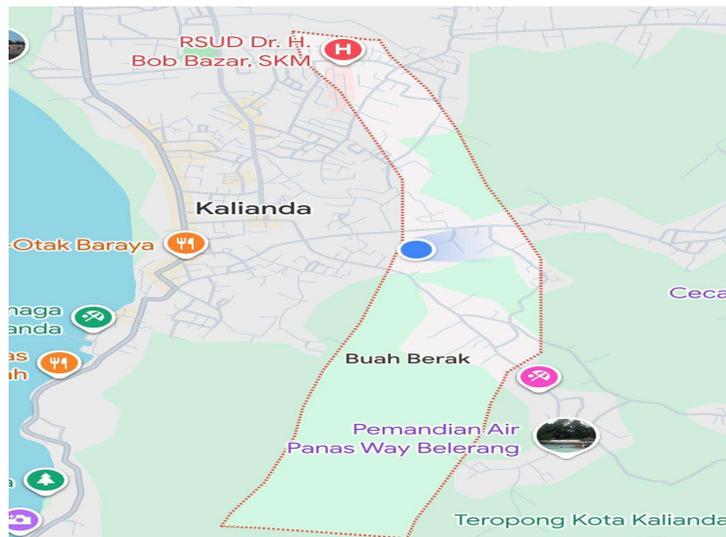
- Laki-Laki : 1.080
- Perempuan : 1.019
- Jumlah Total Penduduk : 2.099
-

b) Penduduk Menurut Mata Pencarian

1. Petani : 1.784
2. Buruh Tani : 258
3. Pegawai Negri Sipil : 34
4. Pengrajin Industri Rumah: 4
5. Pedagang Keliling : 7
6. TNI : 4
7. POLRI : 3
8. Pensiunan PNS : 5



Gambar 1.1 Struktur Pemerintah Desa Buah Berak



Gambar 1.2 Peta Desa Buah Berak

1.1.2 Profile UMKM

Pemilik UMKM	: Ibu Suhaemah
Nama Usaha	: Emping Semoga Jaya
Alamat Usaha	: JL. Way Belerang RT 07, RW 04, Buah Berak Kec. Kalianda kabupaten Lampung Selatan
Jenis Usaha	: Industri Pengolahan - Makanan
Tahun Berdiri	: 2022
Produk yang Ditawarkan	: Emping Melinjo
Jumlah Tenaga Kerja	: 3 Karyawan
No.Telpon/Hp	: 082282682288

UMKM Emping Melinjo Semoga Jaya adalah usaha rumahan yang berlokasi di Dusun 3, Desa Buah Berak, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Usaha ini dimiliki oleh Ibu Suhaemah, atau yang lebih dikenal dengan sapaan Ibu Een. Gagasan mendirikan usaha muncul karena melimpahnya hasil panen buah melinjo di desa, yang kemudian mendorong Ibu Een bersama dua rekannya, Ibu Mastiroh dan Ibu Wati, untuk mengolahnya menjadi emping melinjo. Sejak mulai beroperasi pada tahun 2022, Semoga Jaya telah berkembang menjadi salah satu produk unggulan desa yang cukup dikenal masyarakat sekitar.

Proses produksi emping melinjo masih menggunakan metode tradisional, mulai dari pemilihan biji melinjo berkualitas, penyangraian dengan pasir, pemipihan secara manual, penjemuran di bawah sinar matahari, hingga tahap pengemasan. Seluruh tahapan dilakukan tanpa peralatan modern, sehingga rasa dan tekstur khas emping tetap terjaga. Tenaga kerja yang terlibat berasal dari warga sekitar, namun jumlahnya masih terbatas sehingga kapasitas produksi belum optimal.

Dalam pemasaran, produk emping melinjo Semoga Jaya dipasarkan secara langsung di rumah produksi dan juga dititipkan di kawasan wisata Pemandian Air Panas Way

Belerang yang berada di desa tersebut. Selain itu, pesanan juga dilayani untuk acara tertentu. Meski begitu, strategi pemasaran masih bersifat tradisional dan belum memanfaatkan platform digital secara maksimal.

Walaupun memiliki prospek pasar yang menjanjikan, Semoga Jaya menghadapi beberapa hambatan. Terbatasnya jumlah tenaga kerja menjadi kendala dalam meningkatkan kapasitas produksi. Selain itu, pencatatan keuangan usaha belum dikelola secara sistematis; pemasukan dan pengeluaran sering bercampur dengan keuangan rumah tangga, sehingga menyulitkan pengaturan arus kas dan perhitungan keuntungan. Tantangan-tantangan ini perlu segera diatasi agar usaha dapat berkembang lebih pesat, meningkatkan produksi, serta memperluas jaringan pemasaran.



Gambar 1.3 Produk Emping Semoga Jaya

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara membantu UMKM Emping *Semoga Jaya* dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya melalui pembuatan website, untuk memperluas jangkauan pasar?
2. Bagaimana merancang website yang mampu menampilkan informasi produk secara lengkap, menarik, dan profesional, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen?
3. Bagaimana strategi pemasaran digital yang efektif untuk mendukung promosi UMKM Emping *Semoga Jaya* melalui website?
4. Bagaimana memanfaatkan website sebagai sarana edukasi konsumen dan media transaksi, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Mengembangkan dan menyediakan media promosi digital berupa website bagi UMKM Emping *Semoga Jaya* guna memperluas jangkauan pasar.
2. Merancang website yang informatif, menarik, dan profesional untuk meningkatkan citra serta kepercayaan konsumen terhadap produk.
3. Menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif guna mendukung promosi produk melalui website.
4. Memanfaatkan website sebagai sarana edukasi konsumen dan media transaksi online untuk meningkatkan penjualan.

1.3.2 Manfaat

a. Manfaat bagi UMKM Emping *Semoga Jaya*

- Memiliki media promosi digital yang dapat menjangkau konsumen lebih luas, baik secara lokal maupun nasional.
- Meningkatkan citra dan kredibilitas usaha melalui tampilan produk yang profesional.
- Mendapatkan kemudahan dalam mengelola pemasaran secara mandiri melalui platform website.
- Terbuka peluang penjualan lebih besar melalui transaksi online.

b. Manfaat bagi Masyarakat Desa Buah Berak

- Terbentuknya model pemberdayaan UMKM yang dapat ditiru oleh pelaku usaha lainnya di desa.
- Meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha.
- Mendorong pertumbuhan ekonomi desa melalui perluasan jaringan pemasaran produk lokal.

c. Manfaat bagi Mahasiswa/Pelaksana PKPM

- Mengasah keterampilan dalam penerapan ilmu di bidang teknologi informasi, khususnya pengembangan website.
- Meningkatkan kemampuan komunikasi, kerja sama, dan problem solving dalam pemberdayaan masyarakat.
- Menambah pengalaman langsung dalam membantu UMKM mengatasi kendala pemasaran di era digital.

1.4 Mitra yang Terlibat

Berikut merupakan mitra yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Buah Berak:

1. Aparatur Desa Buah Berak, khususnya Kepala Desa Bapak Umar Sofriandi, S.E. dan Sekretaris Desa Bapak Adi Cahyadi, yang telah memberikan izin, dukungan, serta pendampingan selama pelaksanaan kegiatan.
2. Ibu Suhaemah, selaku pemilik UMKM Emping Melinjo Semoga Jaya, yang menjadi mitra utama sekaligus subjek pendampingan dalam program ini.
3. Warga Desa Buah Berak, yang turut memberikan dukungan dan partisipasi aktif selama kegiatan PKPM berlangsung.