BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era industri 4.0, teknologi informasi menjadi kunci dalam pengembangan bisnis, termasuk bagi UMKM Keripik Pisang di Provinsi Lampung. Pemanfaatan *digital marketing* melalui platform *online* memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk, menjangkau konsumen lebih luas, dan membangun merek secara profesional. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mencari informasi secara daring menuntut UMKM untuk memiliki strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, digital marketing membantu UMKM memahami tren pasar, menganalisis perilaku pelanggan, dan meningkatkan efektivitas penjualan, sehingga bisnis keripik pisang menjadi lebih kompetitif di tingkat lokal maupun regional, digital marketing membantu mahasiswa dan pelaku UMKM mengembangkan keterampilan analitis, memahami perilaku pengguna, mengidentifikasi tren pasar, dan mengukur efektivitas kampanye, sehingga pengambilan keputusan menjadi lebih tepat dan strategi pemasaran lebih terarah.(Nurdyansa, 2024).

Di era teknologi yang semakin canggih, masyarakat, termasuk pelaku UMKM, dapat memanfaatkan platform online untuk memasarkan produk mereka. Terutama bagi UMKM Keripik Pisang di Provinsi Lampung, penggunaan *website e-commerce* berbasis *Google Sites* cukup mudah dan hemat biaya, hanya membutuhkan koneksi internet agar dapat diakses publik. Melalui *Google Sites*, seluruh informasi produk, harga, varian keripik, dan pemesanan dapat ditampilkan secara terstruktur dan mudah diakses oleh konsumen. Berdasarkan hal tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan dalam bentuk pelatihan kepada pemilik UMKM Keripik Pisang mengenai pembuatan *website e-commerce* menggunakan *Google Sites*. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan digital UMKM, mempermudah proses pemesanan, memperluas

jangkauan pasar, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan produk keripik pisang secara signifikan.(Pasaribu, 2023)

Pembuatan *website* sederhana merupakan salah satu strategi efektif untuk membantu UMKM dalam meningkatkan pemasaran dan daya saing. Dengan *Google Sites*, pembuatan *website* dapat dilakukan oleh pemilik UMKM Keripik Pisang di Provinsi Lampung meskipun tidak memiliki latar belakang teknologi. *Google Sites* adalah layanan dari *Google* yang memungkinkan informasi produk, harga, varian keripik, dan kontak pemesanan dapat diakses secara cepat dan *up-to-date* melalui internet.

Media *website* menjadi alat penting bagi UMKM untuk mempromosikan produk secara online, menjangkau konsumen lebih luas, dan meningkatkan penjualan. Selain itu, *website* dapat berfungsi sebagai sarana edukasi bagi konsumen mengenai keunggulan dan proses pembuatan keripik pisang. Dengan pengelolaan yang tepat, *Google Sites* mempermudah UMKM menampilkan profil usaha dan produk secara profesional sehingga mendukung pertumbuhan bisnis keripik pisang di Lampung.(Haryanto, 2023)

Melihat kondisi tersebut, Program Studi Sistem Informasi melalui kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Mahasiswa (PKPM) berinisiatif untuk menghadirkan solusi berbasis teknologi. Kegiatan ini mengusung tema: **"Implementasi Google Sites untuk Meningkatkan dan Memperluas Pemasaran pada UMKM Keripik Pisang 2 Putra Desa Kampung Baru, Kecamatan Penengahan, Lampung Selatan."** Pemanfaatan *Google Sites* dipandang tepat karena mudah digunakan, gratis, dan mampu menjadi sarana promosi yang efektif dengan menampilkan katalog produk secara *digital*.

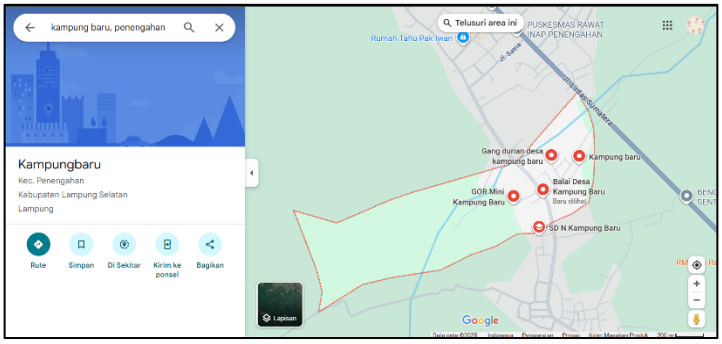
Melalui kegiatan PKPM ini, diharapkan UMKM Keripik Pisang 2 Putra dapat memiliki media promosi daring yang profesional, sehingga mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan omzet penjualan, serta bersaing dengan produk sejenis di era transformasi digital. Tidak hanya itu, kegiatan ini juga menjadi wadah bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan

ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan sekaligus berkontribusi nyata dalam membantu pemberdayaan masyarakat desa. Dengan demikian, keberadaan program ini tidak hanya memberi manfaat praktis bagi UMKM, tetapi juga mendukung tujuan pembangunan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

1.1.1 Profil Desa

Desa Kampung Baru merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung, dengan kode pos 35591. Desa ini memiliki luas wilayah sekitar 1,52 km² dengan jumlah penduduk kurang lebih 946 jiwa dan kepadatan sekitar 600 jiwa per km². Desa ini terbagi menjadi dua dusun dan empat rukun tetangga (RT).

Pemerintahan desa dipimpin oleh Kepala Desa Efendi HF sejak tahun 2013, didukung perangkat desa lainnya. Kantor desa beralamat di Jalan At-Taqwa dan dapat dihubungi melalui telepon 088747910891 atau email pemdeskampbaru@gmail.com.



Gambar 1. 1 Peta Wilayah Desa Kampung Baru

a. Letak dan Batas Wilayah Desa

Desa Kampung Baru terletak di Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung selatan, dengan batas – bata wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan langsung dengan Desa Pasuruan dan Desa Ruang Tengah.
- Sebelah Selatan berbatasan langsung dengan Desa Banjarmasin.
- Sebelah Barat berbatasan langsung dengan Desa Way Kalam.
- Sebelah Timur berbatasan langsung dengan Desa Banjarmasin.

b. Keadaan Sosial Ekonomi Penduduk

- **Jumlah Penduduk**

Jumlah penduduk keseluruhan yaitu sebesar 946 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 502 jiwa dan jumlah perempuan sebanyak 444 jiwa.

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk 2022

Penduduk Laki - laki	502 Jiwa
Penduduk Perempuan	444 Jiwa
Jumlah Penduduk	946 Jiwa
Jumlah Kepala Keluarga (KK)	204 KK

- **Tingkat Pendidikan Masyarakat**

Tingkat pendidikan masyarakat di Desa kampung Baru adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Tingkat Pendidikan Masyarakat

Sekolah Dasar / Sederajat	125 Orang
SMP / Sederajat	43 Orang
SMA / Sederajat	35 Orang
Sarjana S1	13 Orang

Tabel 1. 3 Mata Pencaharian Pokok

Pegawai Negeri Sipil	9 Orang
Swasta	29 Orang
Wiraswasta	122 Orang
Petani	41 Orang
Buruh Harian	40 Orang

c. Struktur Organisasi Pemerintahan Desa

Berikut merupakan struktur organisasi pemerintahan Desa Kampung Baru, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan.

Efendi HF : Kepala Desa

Dodi Prasetyo : Sekertaris Desa

Amrullah : Kepala Urusan Keuangan

Ashar : Kepala Urusan Tata Usaha dan Umum

Ibrohim : Kepala Urusan Perencanaan

M Fadulloh : Kepala Seksi Pelayanan

Herwansyah : Kepala Seksi Kesejahteraan

Nahri : Kepala Seksi Pemerintahan

Suprianto AS : Kadus I

Abdul Akhir : Kadus II

1.1.2 Profil UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Usaha yang dapat dikatakan

UMKM apabila memiliki omzet per tahun tidak melebihi 500 juta rupiah. Berikut profil UMKM Keripik Pisang Dua Putra:

Nama Usaha	: Keripik Pisang Dua Putra
Nama Pemilik	: Ibu Tuhadijah
Tahun Berdiri	: 2005
Alamat Pemilik Usaha	: Desa Kampung Baru, Kecamatan Penengahan, Kabupaten lampung Selatan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan permasalahan yang ada yaitu :

1. Bagaimana penerapan *Google Sites* dapat membantu UMKM dalam mengoptimalkan strategi promosi dan pemasaran digital?
2. Sejauh mana implementasi *Google Sites* mampu meningkatkan jangkauan pasar serta daya saing UMKM Keripik Pisang 2 Putra di era digital?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Mengimplementasikan *Google Sites* sebagai sarana promosi *digital* melalui pembuatan katalog *online* produk UMKM.
2. Meningkatkan jangkauan pasar, daya saing, serta potensi omzet UMKM Keripik Pisang 2 Putra melalui strategi pemasaran berbasis *digital.*
3. Memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu sistem informasi untuk mendukung pemberdayaan masyarakat desa.

1.3.2 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini antara lain:

1. Kegiatan ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pentingnya penggunaan *Google Sites* sebagai media digital. Dengan e-katalog berbasis website, UMKM Keripik Pisang 2 Putra dapat menampilkan informasi produk, varian rasa, harga, dan kontak pemesanan secara terstruktur, sehingga konsumen dapat mengaksesnya kapan saja dan di mana saja.
2. Implementasi *Google Sites* yang terdokumentasi dalam makalah ini dapat menjadi contoh dan bahan pembelajaran bagi UMKM lain. Pelaku usaha mikro dapat memahami langkah-langkah pembuatan situs sederhana dan manfaatnya dalam meningkatkan daya saing melalui promosi digital yang efektif dan hemat biaya.
3. Kegiatan ini juga menunjukkan bukti nyata kolaborasi antara mahasiswa, kampus, dan masyarakat desa. Mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu di lapangan, sementara masyarakat memperoleh pendampingan untuk memanfaatkan teknologi digital. Kegiatan ini turut meningkatkan promosi UMKM sekaligus berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi desa secara berkelanjutan.

1.3.2.1. Manfaat bagi Penulis

Manfaat untuk penulis yang di dapatkan selama melaksanakan Praktik Kerja Pengabdian Masayarakat yaitu :

1. Kegiatan ini Menambah pengetahuan dan pengalaman dalam pemanfaatan media digital karena penulis memperoleh pengalaman langsung dalam merancang dan mengelola e-katalog berbasis *Google Sites*, termasuk menampilkan informasi produk, varian rasa, harga, dan kontak pemesanan secara terstruktur untuk UMKM pangan lokal.
2. Meningkatkan keterampilan digital, analisis pasar, dan komunikasi

karena penulis dapat mengasah kemampuan dalam membuat konten digital yang menarik, menganalisis kebutuhan konsumen secara *online*, serta berkomunikasi dan mendampingi pelaku UMKM dalam memasarkan produk melalui platform digital.

1.3.2.2. Manfaat bagi Kampus

Manfaat untuk kampus yang di dapatkan selama mengadakan Praktik Kerja Pengabdian Masayarakat di antaranya:

1. Meningkatkan peran kampus dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
2. Memberikan kontribusi nyata kampus dalam mendukung perkembangan UMKM di wilayah pedesaan.

1.3.2.3. Manfaat bagi Pelaku Usaha

Manfaat untuk UMKM yang di dapatkan selama Mahasiswa/i Darmajaya melaksanakan Praktik Kerja Pengabdian Masayarakat di antaranya:

1. Meningkatkan visibilitas produk secara digital, produk UMKM dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui *Google Sites*, memudahkan konsumen melihat katalog, deskripsi, dan harga produk secara lengkap.
2. Meningkatkan daya saing dan peluang penjualan, penggunaan situs digital memungkinkan UMKM menonjolkan keunikan produk, mempermudah pemesanan melalui QR code, dan bersaing lebih efektif dibanding pemasaran konvensional.

1.3.2.4. Manfaat bagi Masyarakat

Manfaat untuk masyarakat yang di dapatkan selama Mahasiswa/i Darmajaya melaksanakan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat di antaranya:

1. Meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang digitalisasi UMKM Masyarakat Desa Kampung Baru mendapatkan wawasan tentang pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk

lokal, termasuk penggunaan *Google Sites* untuk menjangkau konsumen lebih luas.

2. Meningkatkan kebanggaan terhadap potensi desa
   Dengan hadirnya produk keripik pisang yang dipasarkan secara digital, masyarakat lebih menghargai kreativitas dan inovasi lokal yang meningkatkan daya saing produk desa di pasar online.

3. Mendukung pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja lokal
   Digitalisasi pemasaran membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan, yang secara tidak langsung dapat menciptakan lapangan kerja baru dan memperkuat ekonomi masyarakat setempat.

1.4 Mitra Yang Terlibat

Mitra yang terlibat dalam kegiatan PKPM ini adalah sebagai berikut :

a. Kepala Desa dan Perangkat Desa Kampung Baru Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan.

b. Kepala Dusun, RT, RW, Tokoh Masyarakat, Tokoh Adat, Tokoh Agama, Babinsa, dan Karang Taruna Desa Kampung Baru.

c. Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada pada Desa Kampung Baru.

d. Masyarakat Desa Kampung Baru, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan.