

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desa Banjarmasin merupakan salah satu desa di Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan dengan luas wilayah sekitar 620 hektar, terbagi menjadi 4 dusun dan 13 rukun tetangga. Dahulu desa ini dikenal dengan sebutan Pekon Tanjungan, yang merujuk pada rumah panggung atau “*anjung*” yang menjadi ciri khas masyarakat setempat. Seiring waktu, desa ini berkembang dengan masuknya kelompok masyarakat dari wilayah sekitar, hingga akhirnya disederhanakan penyebutannya oleh Belanda menjadi Banjarmasin.

Saat ini Desa Banjarmasin dihuni lebih dari seribu jiwa dengan mata pencaharian utama di sektor pertanian dan perdagangan. Selain itu, desa ini juga termasuk dalam desa wisata rintisan dengan potensi alam “Way Penaga” yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Identitas sosial budaya masyarakat yang menjunjung tinggi nilai kebersamaan dan gotong royong turut menjadi modal sosial penting dalam mendukung pembangunan desa.

Dengan potensi alam, budaya, serta semangat masyarakatnya, Desa Banjarmasin memiliki peluang besar untuk mengembangkan perekonomian lokal, salah satunya melalui pemberdayaan UMKM, termasuk usaha kuliner seperti “Bakso 2F” yang menjadi fokus kegiatan PKPM kami.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komputer telah membawa kemajuan dan pengaruh yang signifikan dalam kehidupan manusia (Sitepu,2023). Dunia saat ini memasuki era revolusi industri 4.0 yang berfokus pada pola digital *economic*, *artificial intelligence*, *big data*, *robotic*, dan teknologi lainnya. *E-Commerce* merupakan perhubungan antara teknologi informasi dalam pemasaran dan pendistribusian produk yang berpotensi meningkatkan skala kinerja UMKM (Bps.go.id, 2020). Teknologi *e-commerce* atau *electronic commercial* dikembangkan untuk

mempermudah dengan memanfaatkan teknologi internet, hal ini terlihat jelas pada masyarakat Indonesia. Perilaku masyarakat yang lebih memilih aiatem online untuk kemudahan dalam memenuhi aspek kehidupan (Mumtaha & Khoiri, 2019).

Era revolusi industri 4.0 merupakan era kemajuan teknologi yang pesat menjadi kunci dari pertumbuhan ekonomi. Kemajuan teknologi digital akan memudahkan para pelaku bisnis, khususnya UMKM untuk memangkas biaya promosi dan pemasaran (Husnurrosyidah, 2019). Di Era revolusi industri 4.0 pelaku UMKM seharusnya beralih ke perdagangan *e-commerce* karena pola belanja konsumen telah bergeser , menjadikan perdagangan *e-commerce* sebagai pilihan terbaik bagi pelaku UMKM untuk tetap bertahan dan berpotensi mendapatkan pangsa pasar baru yang lebih luas. Untuk memastikan keberlangsungan bisnis, pelaku UMKM harus mampu berinovasi dan memanfaatkan platform digital marketing. Dengan memanfaatkan *e-commerce*, UMKM tetap dapat menjalankan bisnis dan menjangkau banyak konsumen serta memperluas pangsa pasar (Purwadinata et al., 2021).

Masuknya UMKM pada *e-commerce* dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena merupakan salah satu cara bagi pelaku UMKM untuk mengiklankan produknya. Pada tahun 2022 kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia dari PBD sebesar 60,51% senilai Rp 9.580 triliun dan UMKM menyerap 120,59 juta tenaga, serta 24% pelaku UMKM telah memanfaatkan *e-commerce*, jika mereka tidak mengikuti perkembangan teknologi mereka akan tertinggal jauh dan kalah dalam persaingan (Irenetia, 2023). Selain itu, pertumbuhan ekonomi sama dengan pertumbuhan PBD oleh karena itu PBD dapat digunakan sebagai salah satu indikator untuk mengukur kinerja perekonomian suatu negara atau sebagai cerminan keberhasilan suatu pemerintah dalam menggerakkan sektor-sektor ekonomi (Ompusunggu, 2023).

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 keberlangsungan UMKM dan melemahnya tingkat daya saing dan ketinggalan terhadap perusahaan yang besar yang sudah menggunakannya. Karena *e-commerce* merupakan pemasaran yang efektif dan sangat efisien dilakukan di era yang serba digital ini.

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) pada periode genap tahun 2025 ini merupakan salah satu wujud pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini menjadi bentuk kristalisasi dan integrasi ilmu yang diperoleh secara teoritis di bangku kuliah, yang kemudian diterapkan secara konkret di tengah masyarakat. Dengan demikian, ilmu yang telah didapatkan dapat diaplikasikan dan dikembangkan dalam konteks yang lebih luas. Bagi mahasiswa, PKPM diharapkan menjadi pengalaman belajar baru yang tidak hanya memperkaya pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga meningkatkan kesadaran sosial. Kehadiran mahasiswa di tengah masyarakat diharapkan dapat memberikan motivasi, solusi, dan inovasi di berbagai bidang sosial.

Berkaitan dengan salah satu syarat kelulusan untuk Program Studi S1 di kampus IIB Darmajaya, pihak kampus mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan Mata Kuliah Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) pada salah satu desa yang telah ditentukan, dimana proses secara teori yang telah diserap di kampus senantiasa dapat diterapkan di Desa Banjarmasin, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan.

Salah satu UMKM yang penulis angkat adalah “Bakso 2F”, yang terletak di Dusun 2, Desa Banjarmasin. UMKM ini berdiri pada tahun 2019 dan sejak saat itu UMKM ini belum pernah sama sekali melakukan promosi dan penjualan melalui *e-commerce*. Berdasarkan uraian di atas penulis memutuskan untuk membantu pengembangan pemasaran UMKM Bakso 2F

secara online dengan menggunakan *e-commerce* *Shopee* 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 akun *Shopee* yang dibuat tentunya dapat mempermudah pelanggan untuk mencari tahu mengenai UMKM “Bakso 2F” ini. Pengetahuan mengenai teknologi pemasaran melalui *e-commerce* masih kurang di kuasai dan dipahami. Sehingga mahasiswa Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat IIB Darmajaya membantu dengan memberikan pengetahuan dan inovasi tentang bagaimana cara mengembangkan produk UMKM melalui *e-commerce*. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis memutuskan untuk melakukan pendampingan melalui aplikasi *e-commerce* yaitu *Shopee*, penulis membuat Laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini berjudul **“Pemanfaatan *E-Commerce* Sebagai Media Penjualan dan Promosi pada UMKM ‘Bakso 2F’ di Desa Banjarmasin, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan”**.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

a. Profil Desa

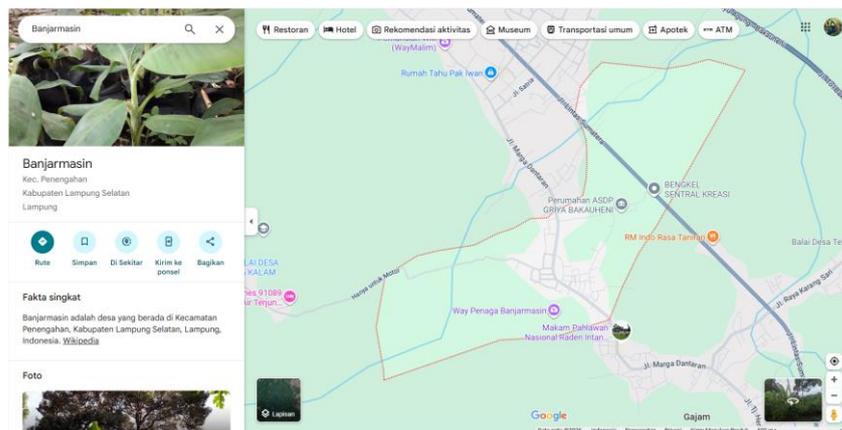
Desa Banjarmasin adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung, Indonesia. Pada awalnya desa Banjarmasin lebih di kenal dengan nama pekon tanjungan yang berasal dari kata “ANJUNG” yang dalam pengertian masyarakat sekitar, adalah “Rumah /gubuk tinggi / panggung”. Yang penduduk aslinya hampir 100% berasal dari pekon kunyayan yang sekarang lebih dikenal desa Gedung harta. Dikala itu masyarakat kunyayan masih menganut sistem pertanian yang berpindah-pindah dan menetap. Selain Tanjungan juga ada kelompok-kelompok masyarakat yang berdampingan dengan pekon Tanjungan seperti; Pekon Hakha, Khengas, dan Tanjung

menang. Namun karena masyarakatnya sedikit, maka hampir nama pekon-
pekon tidak muncul namanya.

Seiring berjalannya waktu dan datangnya penjajahan belanda ke nusantara
ini, maka pekon tanjungan dan sekitarnya pun tak luput dari jajahanya. Yang
dikala itu hasil buminya melimpah ruah seperti padi, lada dan kopi.

Nama-nama Kepala Desa Sebelum dan Sesudah Berdirinya Desa
Banjarmasin:

1. Hi. Ibrohim : Periode 1900 s/d 1920
2. Karya Tanjung Menang : Periode 1920 s/d 1943
3. Abdul Manaf/ Karya Tanda Karsa : Periode 1943 s/d 1952
4. Hi. Zaman : Periode 1952 s/d 1960
5. Karya Irajaya : Periode 1960 s/d 1969
6. Hi. Hasbullah : Periode 1969 s/d 1986
7. Abdul Wahab : Periode 1986 s/d 2007
8. Zulkarnain : Periode 2007 s/d 2013
9. Umar Dani : Periode 2013 s/d sekarang



Gambar 1. 1 Peta Desa Banjarmasin

Desa Banjarmasin merupakan salah satu Desa dari 22 Desa yang ada di Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan yang mempunyai luas 620 Ha, dengan batas-batas wilayah :

- Sebelah Utara : Desa Kampung Baru
- Sebelah Selatan : Desa gedung Harta
- Sebelah Barat : Gunung Way Kalam
- Sebelah Timur : Desa Gayam dan Desa Tetaan

Desa Banjarmasin mempunyai luas wilayah 620 Ha, terbagi dalam 4 Dusun yang terdiri dari 13 Rukun Tetangga (RT).

Adapun pembagian wilayahnya adalah sebagai berikut :

- 1) Dusun 1 : 202 KK / 715 Jiwa
- 2) Dusun 2 : 211 KK / 729 Jiwa
- 3) Dusun 3 : 135 KK / 386 Jiwa
- 4) Dusun 4 : 51 KK / 170 Jiwa

b. Potensi Desa

Desa Banjarmasin juga termasuk dalam daftar desa wisata rintisan di Lampung Selatan, khususnya dengan potensi wisata Way Penaga.



Gambar 1. 2 Wisata Rintisan Way Penaga

1.1.2 Profil UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlahnya.

- Pemilik UMKM : Ibu Diana Listiana Yusup
- Nama Usaha : Bakso 2f
- Alamat Usaha : Dusun 2 Tanjung Meneng, Rt 06 Desa Banjarmasin Kecamatan Penengahan Lampung Selatan
- Jenis Usaha : Industri Pengolahan – Makanan
- Skala Usaha : Usaha Mikro Kecil dan Menengah
- Tahun Berdiri :2019
- Produk yang Ditawarkan : Bakso urat dan Bakso biasa
- Jumlah Tenaga Kerja : Tidak memiliki karyawan
- No.Telpon/Hp : 083160224558

UMKM “Bakso 2F” merupakan usaha rumahan yang berlokasi di Dusun 2, Desa Banjarmasin, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan. Usaha ini dimiliki oleh Ibu Diana Listiana Yusup, yang akrab disapa Ibu Diana. Ide mendirikan usaha ini berawal dari keinginan untuk menghadirkan produk bakso berkualitas dengan cita rasa khas rumahan. Pada awal berdirinya pada tahun 2019, usaha ini dijalankan dari rumah dan hanya melayani penjualan secara online. Strategi ini dipilih agar dapat menjangkau konsumen tanpa harus memiliki gerai fisik terlebih dahulu. Seiring dengan meningkatnya permintaan, pada tahun 2021 Ibu Diana memutuskan untuk membuka toko di rumahnya agar pelanggan dapat membeli produk secara langsung.

Produk yang ditawarkan oleh “Bakso 2F” terus dikembangkan agar sesuai dengan selera konsumen, baik dari segi kualitas rasa maupun variasi menu. Namun, sistem pemasaran yang diterapkan masih bersifat sederhana dan belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Saat ini, pemasaran lebih banyak mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan pelanggan setia, sehingga jangkauan pasar masih terbatas.

Di balik peluang pasar yang besar, “Bakso 2F” juga menghadapi beberapa tantangan. Salah satunya adalah persaingan yang semakin ketat dengan pelaku usaha sejenis, serta keterbatasan strategi pemasaran modern yang membuat produk kurang dikenal luas. Selain itu, pengelolaan keuangan usaha belum tertata sepenuhnya karena pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual. Tantangan-tantangan ini menjadi perhatian penting agar “Bakso 2F” dapat berkembang lebih pesat, meningkatkan penjualan, dan memperluas jangkauan pasarnya.

1.2 Rumusan Masalah

UMKM “Bakso 2F” yang dikelola oleh Bu Diana menghadapi masalah dalam melakukan pemasaran secara online melalui platform *e-commerce*, karena kurangnya pengetahuan dan motivasi. Dalam era digital yang terus berkembang, menggunakan *e-commerce* merupakan solusi strategis untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing UMKM. Salah satu platform yang sering digunakan adalah Shopee, yang menyediakan berbagai fitur untuk memudahkan proses jual beli secara online. UMKM “Bakso 2F” sebagai usaha mikro mengalami kesulitan dalam memanfaatkan potensi pemasaran dan penjualan produk secara maksimal. Dengan menerapkan *e-commerce* berbasis Shopee, diharapkan UMKM ini dapat mengatasi keterbatasan akses penjualan, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkenalkan produknya kepada konsumen yang lebih luas. Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukan perencanaan dan pengembangan sistem penjualan yang sesuai dengan kebutuhan bisnis UMKM “Bakso 2F”.

Berdasarkan permasalahan tersebut, rumusan masalah dalam laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat di UMKM “Bakso 2F” adalah bagaimana memanfaatkan *e-commerce* Shopee untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran UMKM tersebut?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat ini adalah memanfaatkan e-commerce shopee untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran pada UMKM.

1.4 Mitra Yang Terlibat

Mitra kegiatan ini merupakan warung Bakso yang dimiliki oleh Diana. Warung bakso ini berlokasi di dusun 2, Desa Banjarmasin, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Sasaran pelanggan UMKM ini adalah seluruh masyarakat Desa Banjarmasin bahkan seluruh masyarakat yang ada di Lampung. Layanan penjualan terdiri dari offline dan online. Media penjualan yaitu Shopee, Whatsapp dan Tiktok Shop untuk menarik calon pelanggan. Selain itu juga media penjualan tersebut sangat banyak digunakan oleh Masyarakat saat ini.

PKPM ini juga melibatkan Umar Dani selaku Kepala Desa Banjarmasin, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan untuk meminta izin melakukan kegiatan PKPM di desa tersebut.