

BAB II

SURVEY DAN RENCANA KEGIATAN

2.1 Hasil Survey Lokasi

2.1.1 Deskripsi Wilayah

2.1.1.1 Sejarah

Desa Pancasila adalah hasil pemekaran dari Desa Muara Putih pada tahun 1986. Sebelum terpisah dari Muara Putih, dusun yang ada bernama Pendowo 1, Pendowo 2, Pendowo 3, Pendowo 4, dan Pendowo 5. Setelah pemekaran pada tahun 1986 dan menjadi desa definitif yang mekar dari induknya yaitu Desa Muara Putih. Karena ada 5 Dusun yang terbentuk, maka disepakati untuk menetapkan nama Desa Pancasila yang bermakna Panca yaitu 5 dan Sila yaitu Dasar, terbentuklah Desa Pancasila. Pada tahun 1990 terjadi pemekaran di Dusun 3 dan terbentuklah Dusun 6, karena dusun 3 dianggap terlalu besar atau luas wilayahnya. Dusun 1 hingga Dusun 6 setelah resmi menjadi Desa Pancasila dipimpin oleh bapak Miskun.

Pada tahun 1995 diadakan PILKADES, karena tidak ada yang bersedia atau tidak ada yang mau mencalonkan diri maka Bapak Miskun melawan kotak kosong (menjabat lagi) sampai tahun 2002. Pada tahun 2002 itu juga diadakan pemilihan Kepala Desa dan ada yang bersedia mencalonkan diri. Jadi ada 2 calon Kepala desa termasuk Pak Miskun yang dicalonkan kembali. Namun setelah pemilihan, ternyata Pak Miskun lebih unggul dibanding calon lainnya, sehingga menjabat lagi untuk periode tahun 2002 sampai dengan tahun 2007. Setelah masa jabatannya berakhir, Pak Miskun tidak bersedia dicalonkan kembali karena faktor usia.

Setelah diadakan pemilihan kepala desa yang baru, terpilih Pak Sigit Suprpto sebagai Kepala Desa untuk periode 2007-2013 maka pada tahun 2013 digantikan oleh Pak Sutoyo yang semula menjabat sebagai sekretaris desa dan pada tanggal 6 juli 2015 diadakan Pemilihan Kepala Desa Pancasila yang baru dan terpilih Bp.Suwondo Sudarsono, sebagai kepala Desa Pancasila periode 2015-2021 yang dilantik oleh Bp.Bupati Lampung Selatan Rycy Menoza pada 10 juli 2015 di Desa Tanjung Sari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

2.1.1.2 Sejarah Pemerintahan Desa

Sejarah penelusuran pemimpin yang ada di desa dapat dilihat pada Tabel 2.1 sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelusuran Sejarah Kepala Desa Pancasila

No	Periode	Nama Kepala Desa	Sumber informasi
1	1994-2001	Miskun	Tokoh Masyarakat
2	2002-2007	Miskun	Tokoh Masyarakat
3	2008-2013	Sigit Suprpto	Tokoh Masyarakat
4	2015-Sekarang	Suwondo Sudarsono	Tokoh Masyarakat

Sejarah penelusuran Badan Permusyawaratan Desa (BPD) Desa Pancasila dimulai sejak tahun 2001 sampai dengan sekarang dapat dilihat pada Tabel 2.2 sebagai berikut :

Tabel 2.2 Penelusuran Sejarah BPD Desa Pancasila

No	Periode	Nama BPD	Sumber Informasi	Keterangan
1	2002-2007	Hendri Subiyanto,S.pd	Tokoh Masyarakat	Ketua BPD
2	2007-2013	Hendri Subiyanto,S.pd	Tokoh Masyarakat	Ketua BPD
3	2013-2016	Miskun	Tokoh Masyarakat	Ketua BPD
4	2017 – sekarang	Miskun	Tokoh Masyarakat	Ketua BPD

2.1.1.3 Sumber Daya Alam dan Ekonomi Desa

Desa Pancasila Secara geologi lahan tanah berupa lahan kering dan sebagian besar lagi lahan rawa kering serta tegalan yang merupakan lahan masyarakat. Desa Pancasila memiliki beberapa potensi agrobisnis dan pertanian padi dan jagung. Potensi sumber daya air yang cukup, pada musim kemarau di beberapa dusun cenderung kering namun dapat ditanggulangi dengan adanya sumur bor air dalam dan sumur bor air dangkal, dan pada musim hujan tidak terdapat permasalahan banjir. Secara iklim mempunyai kategori daerah sub-tropis yang terdiri dari 2 (dua) musim iklim, yaitu musim hujan dan musim kemarau. Tingkat curah hujan tertinggi terjadi pada bulan September Sampai dengan Desember. Curah hujan terendah pada umumnya terjadi pada Januari s/d Agustus. Pemanfaatan ruang atau penggunaan lahan di Desa Pancasila pada umumnya digunakan untuk keperluan pertanian dan pemukiman penduduk, kantor pemerintah, fasilitas pemuda dan PKK, areal perkebunan, ladang, tegalan. Guna melindungi dan melestarikan fungsi lingkungan hidup dengan tetap melaksanakan pembangunan yang berkelanjutan, maka penentuan kawasan-kawasan dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa wilayah sebagaimana yang tertera pada rencana pola ruang Kabupaten Lampung Selatan.

Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa perlu mengetahui sumber daya alam apa saja yang ada dan dapat dikelola di Desa Pancasila. Berikut adalah Daftar Sumber Daya Alam Desa Pancasila dapat dilihat pada Tabel 2.23 dibawah ini :

Tabel 2.6 Daftar Sumber Daya Alam Desa Pancasila

No	Pemanfaatan Lahan	Luas (Ha)
1	Luas Wilayah Desa Pancasila	1004
2	Tanah Sawah	
	a. Irigasi Teknis	-
	b. Irigasi Setengah Teknis	50,00
	c. Tadah Hujan	528,25
3	Tanah Bukan Sawah	
	a. Area Pemukiman	84,75
	b. Area Pertanian	283,50
	c. Area Perkebunan	50
	d. Area Pendidikan	5
	e. Area Pusat Pelayanan Kesehatan	0,25
	f. Area Rekreasi dan Olah Raga	2
	g. Jalan/Lorong	8
	h. Jembatan	1
	i. Gorong-gorong	19

2.1.1.4 Potensi Pengembangan Wilayah

Berdasarkan letak dan kondisi geografis maka potensi pengembangan wilayah di Desa Pancasila lebih mengarah kepada pemanfaatan lahan untuk Industri dan pemukiman, hal ini ditunjukkan dengan peningkatan harga tanah dan kebun yang setiap tahunnya terus meningkat.

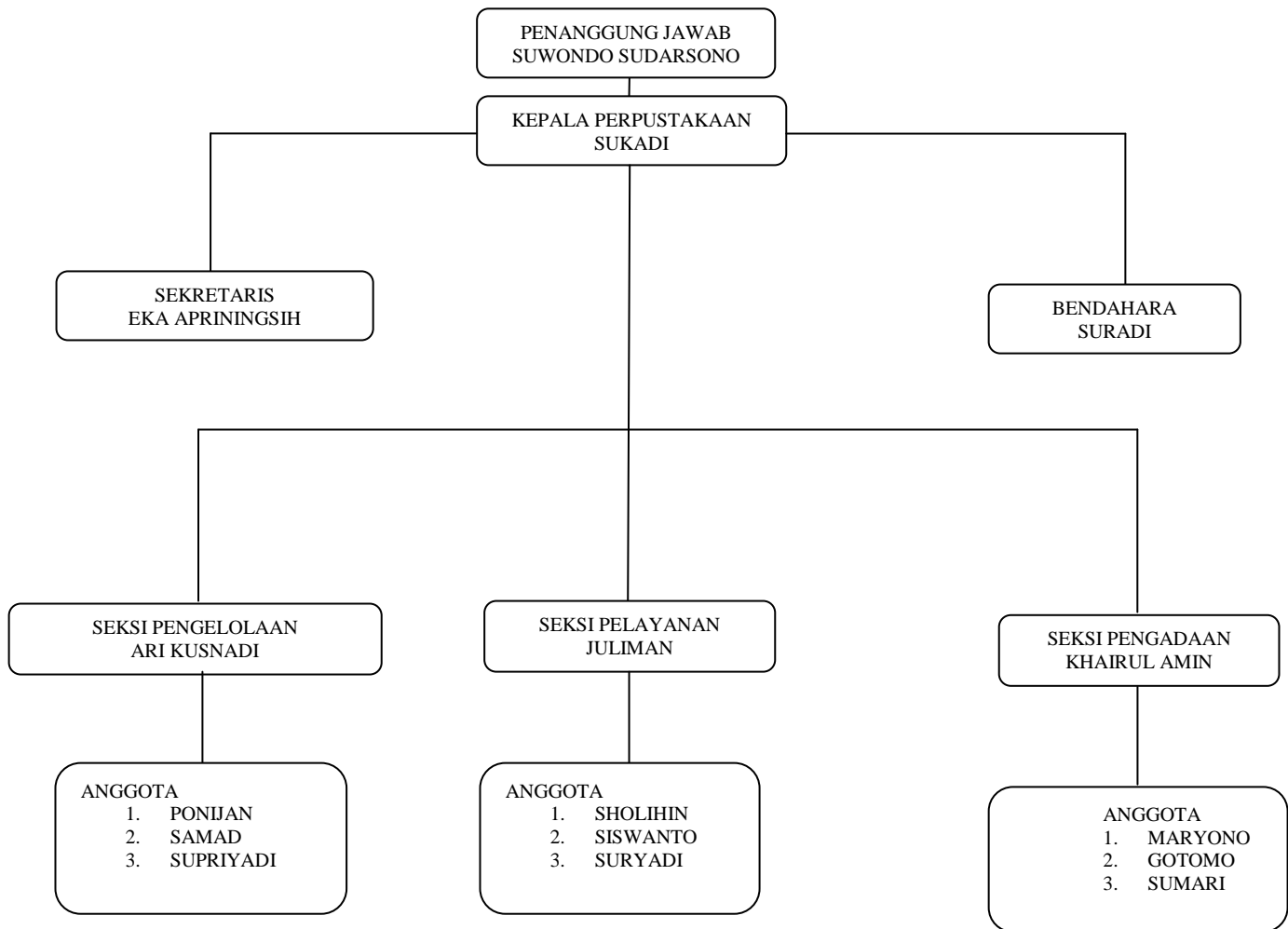
2.1.1.5 Wilayah Rawan Bencana

Berdasarkan RPJMD Kabupaten Lampung Selatan maka Desa Pancasila memiliki potensi kebencanaan seperti :

1. Potensi bencana geologi; tidak memiliki dampak gempa yang signifikan.
2. Potensi puting beliung; tidak terlalu memiliki dampak yang signifikan.
3. Potensi bencana banjir; tidak berpotensi banjir.
4. Potensi abrasi dan erosi; tidak memiliki dampak signifikan.
5. Potensi kekeringan; memiliki dampak yang signifikan.
6. Potensi bencana kebakaran lahan; tidak memiliki dampak yang signifikan.

Struktur Pengurus Perpuseru Desa Pancasila Kecamatan Natar Kabupaten Lampung

Selatan



2.1.1.6 Temuan Masalah dan Rencana Kegiatan di Desa Pancasila

1. Temuan Masalah

a. Aspek Pemasaran

Dalam aspek pemasaran masalah yang ditemukan adalah belum adanya strategi pemasaran dan bauran pemasaran (marketing mix).

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah pengambilan-pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.

Strategi pemasaran bertujuan untuk menentukan target dari pangsa pasar yang telah kita segmenkan dalam pemasaran produk yang kita tawarkan. Hal tersebut dilakukan agar pemasaran produk yang kita lakukan dapat lebih terorganisir agar membuahkan hasil sesuai ekspektasi yang kita inginkan sebelumnya. Karena terlalu banyak faktor – faktor internal maupun eksternal yang akan mengganggu pemasaran didalam pengaplikasiannya nanti, jadi dalam penetapan strategi pemasaran yang akan dijalankan perusahaan harus terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai dimana posisi pasarnya. Dengan mengetahui keadaan dan situasi serta posisinya di pasar dapat ditentukan kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan

Ada beberapa permasalahan mengenai pemasaran yang terdapat pada UMKM Kerupuk Singkong Sido Rukun antara lain :

1.1 Tampilan Produk

Penampilan Produk merupakan satu hal yang sangat penting dalam pemasaran sebuah produk, karna pembeli biasanya tertarik pertama kali melihat penampilan dari produk tersebut, kami sendiri menilai penampilan kerupuk atau cara pengemasan produk kerupuk sangatlah sederhana dan kurang menarik karna masih menggunakan kantung plastik kresek biasa untuk mengemas produk tersebut.

1.2 Label Produk

Label yang dimiliki dari UMKM Sido Rukun dibuat dari dinas, label merupakan sebuah kertas yang biasanya terdapat didalam sebuah produk yang berisikan informasi mengenai produk, menurut kami label yang terdapat pada UMKM Kerupuk Singkong Sido Rukun sangat kurang menarik dan Desainnya sangatlah ketinggalan zaman karna desain tersebut sudah sangatlah lama, dan sudah tidak sesuai dengan perkembangan zaman sekarang.

1.3 Media Promosi

Media promosi UMKM Kerupuk Singkong Sido Rukun hanya mengandalkan promosi melalui mulut ke mulut jadi menurut kami hal tersebut kurang efisien dan efektif dan juga tidak sesuai dengan perkembangan zaman yang ada sekarang.

b. Aspek Keuangan

Dalam segi keuangan, di UMKM ini ada permasalahan yang timbul yaitu kurangnya pengetahuan tentang pembukuan dan cara untuk menyusun laporan keuangan sederhana.

2. Kerangka Pemecahan Masalah

1. Aspek Pemasaran

Kegiatan promosi dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada konsumen dengan mempengaruhi konsumen agar membeli produk tersebut. Untuk dapat efektifnya promosi yang dilakukan perusahaan, maka terlebih dahulu ditentukan unsur-unsur promosi apa yang sebaiknya digunakan. Sesuai dengan judul dari program kerja kelompok kami, maka kami menentukan strategi pemasaran suatu usaha dengan menggunakan e-commerce. Sebelum melanjutkan tentang penerapan e-commerce, dalam hal ini kami akan mendeskripsikan tentang produk, harga, tempat pemasaran dan cara pemasaran.

2. Produk

Berdasarkan permasalahan yang terdapat dalam melakukan program kerja PKPM ini, dimana produksi Kerupuk Singkong yang ada di Pancasila yang selama ini hanya dijual langsung kepada pembeli, dapat diolah menjadi produk makanan yang layak dan memiliki nilai jual. Maka kami menciptakan inovasi label. Hal ini kami lakukan untuk meningkatkan nilai Kerupuk Singkong tersebut.

3. Harga

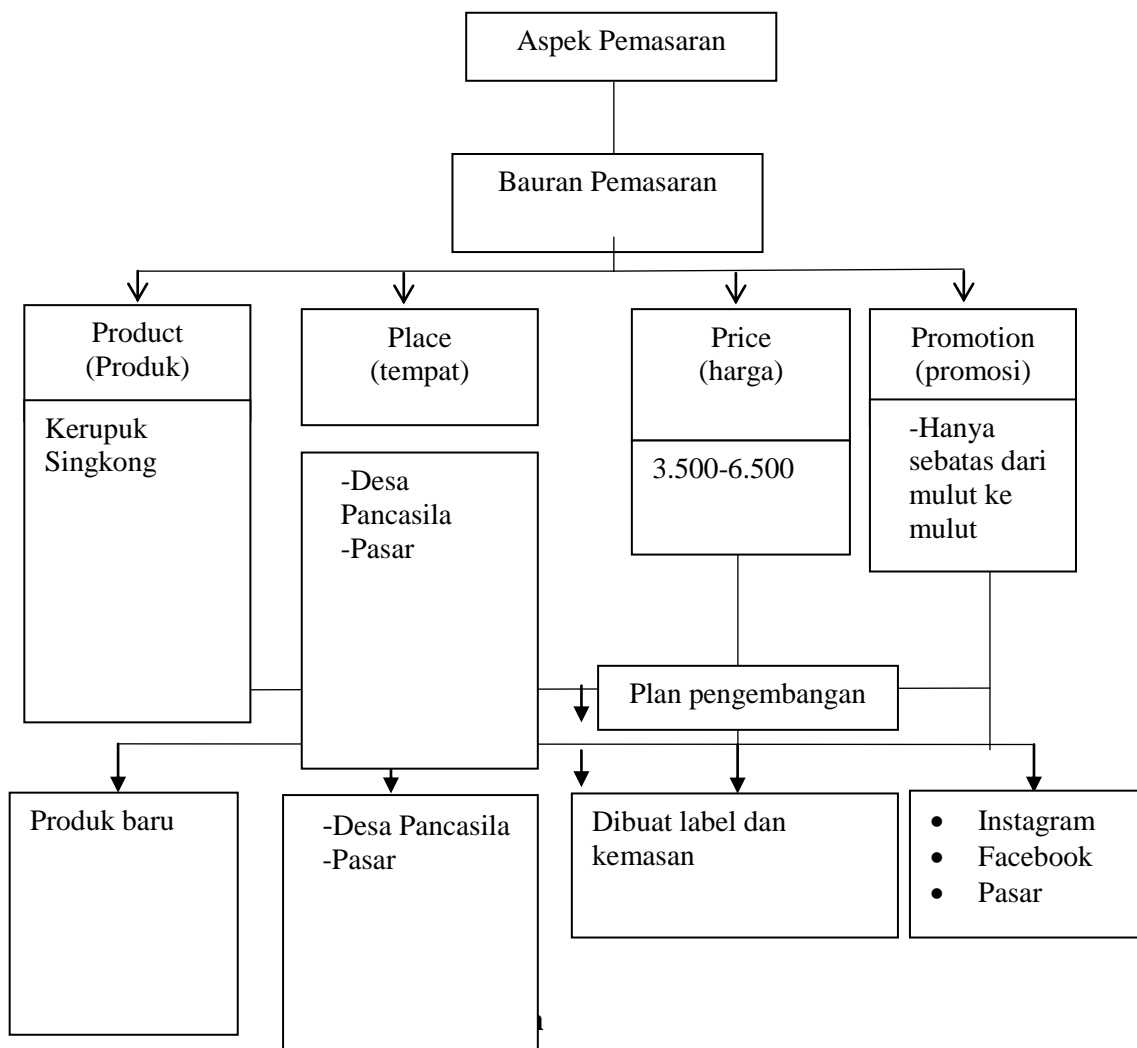
Sebelumnya harga untuk Kerupuk Singkong adalah Rp 9000/kg, dengan inovasi produk olahan kerupuk singkong kami meningkatkan nilai jual dari kerupuk singkong dan dapat meningkatkan keuntungan penjualan. Harga dari produk olahan kerupuk singkong ditetapkan sesuai dengan perhitungan anggaran dan laporan keuangan.

4. Tempat Pemasaran

Distribusi kerupuk Singkong sebelumnya cukup luas, karena sudah menyebar hingga ke Bandar Lampung serta kerupuk singkong tersebut disalurkan kepada para pedagang-pedagang di pasar atau warung yang ada di pasar Natar. Namun dengan inovasi produk ini, kami juga akan menyalurkan produk olahan ke warung-warung dan ke pasar yang ada di sekitar Pasar Natar.

5. Cara Promosi

Sebelumnya dilakukannya inovasi produk Kerupuk Singkong promosi hanya dilakukan sebatas dari mulut ke mulut dan promosi seperti itu kurang efektif untuk penjualan. Dengan adanya inovasi produk maka kami menambahkan cara untuk mempromosikan produk yaitu dengan cara mempromosikan produk melalui media sosial. Sebelum masuk teknik pemasaran dengan menggunakan e-commerce, adapun dijelaskan tentang aspek pemasaran yang sudah dirancang.



Gambar 2.1

Bagan Rencana Pemecahan Masalah Aspek Pemasaran

Jika dilihat dari deskripsi diatas, maka UMKM Kerupuk Singkong memerlukan teknik pemasaran menggunakan e-commerce. Dalam bidang perdagangan masa kini, banyak pengusaha saling bersaing satu sama lain. Persaingan ini dapat dilihat dari segi pemasaran produk yang diperdagangkan dan pada bidang promosi serta marketingnya.

E-commerce merupakan terobosan baru yang semakin marak digunakan oleh para pengusaha untuk melakukan kegiatan promosi pada usahanya kepada halayak luas dan melakukan pemasaran secara praktis dan efisien. E-commerce adalah salah satu strategi pemasaran baru yang dilakukan dengan cara membuat toko online yang terdapat di dunia maya. Toko online ini dapat dilihat dan diakses dengan berkoneksi terhadap jaringan internet.

UMKM Kerupuk Singkong yang ada di Desa Pancasila ini memerlukan suatu pemasaran produk menggunakan sistem yang berbasis e-commerce. Implementasi e-commerce menuntut pergeseran paradigma secara fundamental, dari yang semula marketplace yang menekankan interaksi secara fisik antar penjual dan pembeli menjadi pasar yang mengandalkan transaksi elektronik.

Membangun dan mengimplementasikan sistem e-commerce pada UMKM Kerupuk Singkong ini bukanlah hal yang mudah, karena mengingat latar belakang dari usaha ini hanya mengandalkan suatu pemasaran secara offline.

Hal pertama yang dilakukan dalam menerapkan program ini adalah menyamakan visi e-commerce dengan pemilik usaha melalui pendekatan formal/informal. Selanjutnya kami mengadakan sosialisai e-commerce bagi para pemilik UMKM yang ada di desa Pancasila dengan melakukan seminar.

Langkah berikutnya kami melakukan koordinasi dengan pemilik UMKM kerupuk singkong yang akan menerapkan system e-commerce untuk usahanya. Selanjutnya kami membuatkan media infrastruktur e-commerce yaitu berupa pembuatan akun melalui media instagram dan facebook. Untuk akun instagram kami memberi nama @sidorukun_natar dan dalam media facebook kami beri nama Sido Rukun.

Tahap terakhir yang dilakukan ialah pembentukan tim penanggung jawab program dan implementasi e-commerce. Dalam pemilihan tim tersebut, pemilik usaha meunjuk pekerja yang tidak hanya ahli dalam mengendalikan system tapi juga pekerja paruh waktu dan tidak boleh terpecah fokusnya untuk melakukan pekerjaan lain di dalam UMKM Kerupuk Singkong.

d. Aspek Keuangan

Dalam aspek keuangan kami memberikan pelatihan kepada masyarakat Desa Pancasila tentang bagaimana cara membuat laporan keuangan sederhana yang dapat digunakan untuk membantu dalam proses pencatatan dan keluar masuknya uang dalam usaha yang ada atau yang akan dibuat.



Gambar 2.3 Bagan Rencana Pemecahan Masalah Aspek Keuangan

Tujuan Program

Tujuan dari diadakannya kegiatan ini adalah :

1. Untuk membantu UMKM dalam menerapkan program e-commerce agar tujuan pemasaran dan pasar sasarannya tercapai, serta pemberian merk dengan design menarik bertujuan untuk membuat konsumen lebih mengenal nama produk yang akan dipasarkan oleh UMKM.
2. Memberikan kesempatan kepada seluruh sumber daya manusia yang memiliki potensi untuk berkecimpung dalam dunia bisnis dan memberikan pengalaman tentang berwirausaha.

3. Membantu dalam penyusunan laporan keuangan yang berguna untuk mengetahui alur keuangan yang ada dalam suatu usaha yang dijalankan.
4. Untuk membuat suatu media sosial mengenai pemasaran hasil UMKM desa Pancasila.

3. Manfaat

Adapun manfaat yang timbul dari kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang dilaksanakan di Desa Pancasila, antara lain :

- 1) Desa Pancasila memiliki media sosial tentang hasil produksi UMKM Desa.
- 2) UMKM Kerupuk Singkong Bapak Anwar Sidi lebih produktif lagi dengan adanya inovasi pemasaran dan metode pengembangan bisnis yang lebih baik.
- 3) Pemilik UMKM jadi lebih mengerti perkembangan teknologi komputer saat ini.

4. Sasaran Obyek

Sasaran dari program ini adalah ditujukan kepada tetangga sekitar yang tidak memiliki pekerjaan tetap untuk menambah kegiatan, menambah penghasilan, dan meningkatkan perekonomian Desa Pancasila.

5. Rencana Kegiatan Kelompok

- a. Menentukan strategi pemasaran dan penerapan e-commerce.
- b. Memberikan pelatihan komputer dan pengembangan tentang UMKM untuk warga di Desa Pancasila.
- c. Memberikan pelatihan sederhana tentang laporan laba rugi UMKM Kerupuk Singkong di desa Pancasila.