

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi semakin berkembang dari waktu ke waktu, salah satu teknologi yang berkembang pesat adalah teknologi internet, dimana dahulunya internet hanya digunakan untuk keperluan bertukar informasi dan berkomunikasi oleh segelintir atau sekelompok orang. Berbeda dengan dulu, sekarang semua orang bisa menggunakan internet dan teknologi internet pada saat ini lebih fleksibel dan dapat digunakan untuk berbagai keperluan. Salah satu bidang yang sekarang sedang banyak diminati dan digeluti oleh masyarakat adalah e-bussines atau bisnis online, bisnis online banyak diminati karena modal yang kecil dengan keuntungan yang lumayan besar dan jangkauannya yang luas. Salah satu perusahaan yang melakukan bisnis online adalah Tokopedia.

Mendengar nama Tokopedia siapa yang belum tahu nama tersebut saat ini. Terlihat sekilas Tokopedia layaknya seperti toko-toko online yang lain, tetapi jika ditelusur lebih dalam Tokopedia merupakan sebuah ensiklopedia toko online yang ada di Indonesia. Sejarah Tokopedia dibangun berawal dari mimpi foundernya yang percaya dimana suatu saat akan berhasil menembus pasar Indonesia diimbangi dengan kerja keras mereka.

Tokopedia merupakan pasar atau mall online terbesar di Indonesia yang memungkinkan individu maupun pemilik usaha di Indonesia untuk membuka dan mengelola toko online mereka secara mudah dan gratis, sekaligus memberikan pengalaman berbelanja online yang lebih aman dan nyaman. Tokopedia sendiri menjelaskan di situs mereka bahwa keuntungan bagi pembeli dengan pembayaran UNIK adalah proses verifikasi pembayaran yang instan, yang memungkinkan penjual lebih cepat menerima order dan barang yang dijual bisa lebih

cepat sampai ke pembeli. Sedangkan untuk penjual, keuntungan yang ditawarkan adalah perluasan pasar pada para pengguna UNIK yang ingin membeli di berbagai merchant Tokopedia. Pilihan pembayaran baru selain yang sudah ada ini akan memberikan transaksi online yang lebih cepat dan mudah. Sehubungan dengan uraian yang telah saya jabarkan di atas, maka saya tertarik melakukan pengamatan dan pendekatan sosial mengenai:

“PEMBERDAYAAN UMKM MADU BETUNG JAYA MELALUI STRATEGI
MARKETING DIGITAL DALAM PEMBUATAN *E-COMMERCE*”

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Profil Desa

Kecamatan Merbau Mataram adalah lokasi PKPM yang saya laksanakan, Kecamatan Merbau Mataram adalah kecamatan yang berada di Kabupaten Lampung selatan, Lampung, Indonesia. Kecamatan Merbau Mataram adalah sebuah tempat di mana ibukota Kabupaten Lampung Selatan berada, Kota Merbau Mataram yang juga berfungsi sebagai pusat dari Kecamatan ini terletak sekitar 20 km dari Kota Bandar Lampung, Ibukota Provinsi Lampung. Memiliki luas wilayah sebesar 179,82 km², Kecamatan Merbau Mataram terdiri dari 25 desa dan 4 kelurahan. Tercatat pada tahun 2014 Kecamatan Merbau Mataram dihuni oleh 116.157 jiwa atau 9,22% dari total penduduk Kabupaten Lampung Selatan.

Kecamatan Merbau Mataram merupakan daerah daratan dan sebagian besar lahan pekarangan, kemudian lahan untuk perumahan atau pemukiman. Penduduk Kecamatan Merbau Mataram terdiri dari berbagai suku bangsa (heterogen), sampai dengan tahun 2021 berdasarkan pendataan Kelurahan Merbau Mataram berkependudukan sejumlah 95.761 jiwa. penyebaran penduduk Kelurahan Merbau Mataram tersebar secara tidak merata. Sebagian besar penduduk Kelurahan merbau mataram bermata pencaharian sebagai petani.

Penduduk Kelurahan merbau mataram hampir sebagian besar adalah masyarakat pendatang yang memiliki latar belakang agama, suku, budaya, dan tingkat pendidikan yang beragam. Ada banyak UMKM di desa Kalianda berjumlah 25 UMKM diantaranya UMKM dibidang makanan, dibidang fashion, skincare dan kosmetik, perlengkapan bayi, furnitur, MUA dan sebagainya.

Potensi Desa

Selama sebulan kelompok kami melaksanakan kegiatan PKPM di desa ini, menurut kami potensi desa yang ada yaitu seperti madu, dan jagung.

1.1.2 Profil BUMDES

BUMDES yang ada di desa ini yaitu jagung, yang dikelola oleh Kelompok Usaha Bersama Petani Jagung Karang Jaya.

1.1.3 Profil UMKM

Nama Pemilik : Achmad Ramlan

Nama Usaha : Madu Betung Jaya

Alamat Usaha : Desa Karang Jaya, Dusun Talang Betung,
: Kecamatan Merbau Mataram
Kab.Lampung Selatan

Jenis Usaha : Perseorangan

Jenis Produk : Madu

Skala Usaha : Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Tahun Berdiri : 2012

Produk yang

Ditawarkan : Madu

Jumlah Tenaga Kerja : 5 Orang

No. Telp/Hp : 085267932595

Masalah : Kurangnya Pemasaran di *e-commerce*.

Oleh karena itu pendamping UMKM dalam pemasaran produk berbasis online melalui (Tokopedia dan Shopee) yang diharapkan dapat mampu meningkatkan penjualan produk serta dapat menstabilkan perekonomian UMKM Madu Betung Jaya yang sempat menurun selama pandemi covid-19.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara membuka akun *e-commerce*?
2. Bagaimana cara berjualan di *e-commerce*?
3. Hal-hal apa saja yang harus diperhatikan agar toko di *e-commerce* tidak sepi pembeli?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan

1. Memberitahu dan mengajarkan kepada pemilik UMKM Madu Betung Jaya dalam menggunakan media sosial yaitu instagram. Supaya masyarakat lebih luas lagi mengetahui adanya madu ini pemilik UMKM wajib memposting produknya ke media sosial 1 hari sekali.

2. Dari manfaat yang didapatkan teknologi informasi digunakan dan diterapkan untuk membantu operasional dalam proses bisnis. Misalnya penjualan madu memberikan pelayanan kepada pelanggan.
3. Memberi tahu kepada UMKM Madu Betung Jaya dalam pembuatan konten pemasaran yang menarik untuk menarik konsumen.

Manfaat

1. Bagi Institut Informatika dan Bisnis Damajaya.

- a. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya Bandar Lampung kepada masyarakat khususnya Desa Karang Jaya, Kecamatan Merbau Mataram Lampung Selatan.
- b. Sebagai acuan dan bahan referensi tambahan di bidang Pengembangan Usaha bagi aktivitas akademik IIB Darmajaya.
- c. PKPM merupakan salah satu tolak ukur hasil pendidikan yang dicapai penulis selama melaksanakan PKPM.
- d. Mahasiswa mampu mempertegas eksistensi perguruan tinggi sebagai lembaga yang mampu melahirkan kader – kader yang mampu membawa perubahan bagi masyarakat.
- e. Meningkatkan, memperluas dan mempererat kerjasama IIB Darmajaya dengan Karang Jaya melalui mahasiswa yang melaksanakan PKPM.

2. Bagi Mahasiswa

- a. Sebagai wujud pengabdian masyarakat dan salah satu acuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa.
- b. Mendapatkan nilai lebih yaitu di dalam kemandirian, disiplin, tanggung jawab, kerjasama dan kepemimpinan.

- c. Menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa dalam bersosialisasi di lingkungan masyarakat.
- d. Memotivasi mahasiswa untuk mengembangkan potensi yang dimiliki.

3. Bagi Masyarakat Desa Karang Jaya, Kecamatan Merbau Mataram, Kabupaten Lampung Selatan.

- a. Meningkatkan jiwa kewirausahaan bagi masyarakat di Desa Karang Jaya.
- b. Memberikan inspirasi dan tenaga dalam upaya memanfaatkan potensi-potensi usaha yang terdapat di Desa Talang Betung.
- c. Tumbuhnya dorongan potensi dan inovasi di kalangan anggota masyarakat setempat dalam upaya memenuhi kebutuhan lewat pemanfaatan ilmu dan teknologi.
- d. Menumbuhkan inovasi bagi masyarakat di Desa Karang Jaya.
- e. Meningkatkan pemasaran potensi desa melalui e-commerce.

4. Bagi UMKM

- a. Membantu pemilik UMKM untuk mengetahui cara produksi dan pemasaran yang baik dan lebih luas.
- b. Untuk menambah keterampilan pemilik UMKM dalam berbisnis.
- c. Mendapatkan inovasi baru untuk pemasaran di masa pandemi Covid-19.
- d. Mendapatkan pembelajaran baru dalam penjualan melalui digital marketing.

1.4 Mitra Yang Terlibat

1.4.1. Bapak Achmad Ramlan Pemilik UMKM Madu Betung Jaya.

Bapak Achmad Ramlan merupakan pemilik UMKM Madu Betung Jaya di Desa Karang Jaya.

1.4.2. Masyarakat Desa Karang Jaya

Dalam pelaksanaan kegiatan PKPM tentunya sangat penting peran masyarakat dalam mengikuti kegiatan. Dalam beberapa kegiatan perlu nya bantuan dan kerjasama dari masyarakat setempat kegiatan ini tidak akan berjalan lancar dan tidak akan berhasil jika tidak ada dukungan dan partisipasi dari pihak masyarakat. Salah satu kegiatan yang melibatkan Kerjasama langsung dari masyarakat ialah kegiatan sosialisasi dan gotong royong.