

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Proyek

Sari Beauty Home merupakan UMKM yang bergerak dibidang jasa perawatan *manicure, pedicure* dan perawatan gigi, UMKM ini sudah berdiri selama 6 tahun, sejak tahun 2018 dan masih beroperasi sampai saat ini (2024). Nama Sari Beauty Home yang di buat ini, memiliki makna/arti, “RUMAH KECANTIKAN SARI”, dikarenakan nama pemilik UMKM ini adalah Sari. UMKM ini sebelum nya sudah menggunakan pemasaran melalui media social *digital marketing* berupa *Facebook* tetapi UMKM ini belum mengoptimalkan dengan baik pemasaran *digital marketing* nya.

Di Indonesia, *digital marketing* telah banyak diterapkan oleh berbagai macam industri mulai dari skala kecil, menengah, hingga besar tak terkecuali di bidang agribisnis. Menurut Dedy Harto, dkk (2019), dengan menerapkan *digital marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/*real time* serta bisa mengglobal atau mendunia. Jumlah pengguna *social media* berbasis *chat* ini banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi banyak pengusaha untuk mengembangkan pasarnya hanya dalam genggam *smartphone*.

Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan strategi promosi melalui internet dapat memperluas skala penjualan dan tidak mahal untuk melaksanakannya. Konsumen juga dapat lebih mudah mencari segala informasi mengenai produk yang dijual, hal ini disebabkan karena konsumen tidak perlu lagi datang ke toko secara langsung (Susanti, 2020). UMKM perlu meningkatkan kemampuan pemasaran agar mampu bersaing dengan UMKM lainnya dengan meningkatkan kemampuan *digital marketing* atau *social media marketing* (Widia, 2021). Guna meningkatkan keunggulan bersaing, maka UMKM perlu meningkatkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi

pemasaran yang lagi berkembang saat ini, seperti kemampuan dalam bermedia sosial atau *digital marketing*. Tujuan untuk mengetahui dampak yang dirasakan atas pemanfaatan teknologi *e-commerce* dalam peningkatan *strategy* produksi. Hasil menunjukkan bahwa dengan pemanfaatan teknologi *e-commerce* memenuhi *strategy* pemasaran produk yang berdampak pada peningkatan pendapatan.

Menurut Mohamad Hamam Khoirudin dan A'razy Fahrullah (2020) berpendapat bahwa yang dimaksud dengan pemasaran adalah kegiatan yang bertujuan untuk memuaskan antara kebutuhan antara pelanggan dan perusahaan dengan melakukan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, proses penetapan harga, promosi dan distribusi atas ide, barang dan jasa untuk menciptakan atau menghasilkan pertukaran. Selain pemasaran secara umum, ada konsep pemasaran secara syariah yang didalamnya terdapat sebuah kegiatan muamalah dengan memperhatikan prinsip serta kadiyah dalam syariat islam.

Menurut Khoirudin dan Fahrullah (2020) mengemukakan tentang pemasaran syariah yang merupakan sebuah kegiatan dalam pemasaran yang strateginya berfokus kepada perencanaan, penawaran, dan perubahan nilai yang didalamnya menggunakan proses sesuai dengan akad-akad dan syariat islam. Perkembangan dan kemajuan teknologi membuat munculnya internet dalam kehidupan manusia, bahkan menjadi kebutuhan utama untuk mengakses berbagai informasi yang diperlukan. Pada hal tersebut dilihat dari semakin banyak masyarakat yang menggunakan *media digital* khususnya *media sosial*, seperti *Whatsapp*, *Twitter*, *Instagram*, *Facebook*, dan *situs web*, serta media-media internet yang lainnya.

Di era *digital* ini, telepon genggam berubah menjadi telepon pintar yang dalam perannya tidak hanya menjadi alat untuk menelpon atau mengirim pesan cepat, namun berubah menjadi teknologi yang maju dengan tambahan aplikasi, salah satu aplikasi yang populer pada era *digital* ini yang memungkinkan para penggunanya mengirim data berupa pesan, file, foto bahkan video dalam pengaplikasiannya adalah *whatsapp*. *Platform* ini memiliki keunggulan diantaranya; dapat digunakan dimana saja dan kapan saja, banyak fitur mendukung seperti membagikan lokasi, file, foto, video bahkan kontak pengguna lain asalkan

terhubung dalam jaringan internet. Dalam *platform* ini juga terdapat fitur yang menggabungkan suatu pengguna dalam satu forum diskusi kelompok tertentu untuk bertukar informasi.

Penggunaan teknologi *digital* ini telah mempermudah aktivitas masyarakat tanpa adanya batasan ruang dan waktu, sehingga dapat diakses kapanpun dan dimanapun, serta hal yang baru adalah bisa menjadi salah satu media untuk melakukan sebuah usaha bisnis. Hal itu dikarenakan banyaknya pertumbuhan dan didukung dengan semakin baiknya infrastuktur yang disediakan.

Aplikasi–aplikasi terbaru dan *revolusioner* untuk memudahkan penyampaian informasi antar sesama penggunanya. Kemajuan yang pesat tersebut memberikan pandangan baru yang berdampak pada maraknya pembaharuan telepon pintar di era digital ini sehingga, salah satu cara yang digunakan untuk mengatasi berbagai masalah penjualan secara offline yaitu dengan penerapan sistem *digital marketing*. Sistem ini dapat memangkas berbagai problem pemasaran yang terjadi, seperti pemangkasan biaya promosi, pencapaian segmen pasar yang luas dan sebagainya, sehingga penerapan sistem *digital marketing* yang dilakukan para UMKM yang diduga dapat meningkatkan keuntungan pendapatan meningkat.

Kecantikan merupakan kata yang tak asing lagi kita dengar. Bahkan kecantikan telah menjadi kebutuhan dikalangan perempuan terutama di kalangan remaja dan mahasiswi. Tidak hanya kalangan atas, kalangan bawah pun ingin selalu tampil cantik. Segala upaya bahkan dilakukan agar tetap tampil cantik. Saya memilih usaha ini karna banyak sekali orang membutuhkan jasa perawatan kecantikan baik itu perawatan kecantikan/keindahan kuku, perawatan gigi maupun perawatan lainnya. Kunci dari suatu usaha adalah lokasi. Lokasi yang strategis adalah di daerah perkotaan, karena yang dominan membutuhkan perawatan adalah masyarakat perkotaan, karena didaerah perkotaan mayoritas kaum perempuan yang aktif berkarir dan sangat memperhatikan penampilan. Sehingga sampai kapanpun usaha kecantikan memiliki prospek bisnis yang sangat menjanjikan.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti skripsi proyek dengan judul **“Penerapan *Digital marketing* pada UMKM (Sari Beauty Home) dalam meningkatkan pendapatan”**

1.2 Identifikasi proyek

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang timbul dalam proyek ini adalah bagaimana Penerapan *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Pendapatan pada UMKM “Sari Beauty Home”

1.3 Tujuan Proyek

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari proyek Sari Beauty Home ini yaitu:

1. Untuk menerapkan bagaimana *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP) pada UMKM Sari Beauty Home.
2. Untuk mengetahui kendala dan solusi yang tepat dari kendala yang dihadapi pada UMKM Sari Beauty Home.

1.4 Manfaat Proyek

Proyek akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Diharapkan proyek akhir ini dapat meningkatkan pengetahuan serta kreativitas dan inovasi penulis dalam UMKM Sari Beauty Home dan dapat menambah pengetahuan di bidang Digital Marketing. Selain itu, untuk memenuhi syarat penyusunan skripsi guna mendapatkan Gelar Sarjana Terapan dari Program Studi Bisnis Digital.
2. Bagi Masyarakat
Diharapkan proyek ini dapat memberikan alternatif yang inovatif untuk perawatan kesehatan Gigi dan juga kesehatan Kuku, bagi masyarakat sekitar juga dapat banyak pilihan UMKM serta langsung mengetahui harga mana yang lebih murah, sehingga dapat menghemat waktu dengan

menggunakan smartphone dari rumah.

3. Bagi Pihak Lain

Penulis berharap proyek ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk pelaksanaan proyek selanjutnya dan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan.

1.5 Tempat Pelaksanaan Proyek Akhir

Tempat pelaksanaan proyek akhir perencanaan dan penerapan *Digital Marketing* dalam meningkatkan pendapatan pada UMKM Sari Beauty Home, dilakukan di, Balam km 11, Kec. Bangko Jaya, Kab. Rokan Hilir, Riau. UMKM ini juga menyediakan metode *offline* dan *Home service*, usaha Sari Beauty Home ini akan dilaksanakan selama 6 (enam) bulan yaitu, mulai dari bulan.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Agar penulisan laporan proyek akhir ini dapat tersusun dengan rapi maka diperlukannya sistematika penulisan laporan. Adapun sistematika penulisan laporan proyek akhir Perencanaan dan Penerapan *Digital Marketing* dalam meningkatkan pendapatan adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai latar belakang, indentifikasi proyek, tujuan proyek, manfaat proyek, tempat dan waktu pelaksanaan proyek serta sistematika penulisan laporan proyek.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan tentang teori yang diperlukan untuk memperkuat alasan pembuatan proyek dan rancangan dari proyek yang akan di bahas yaitu penelitian terdahulu, *digital marketing*, dan peningkatan pendapatan.

BAB 3 : METODE DAN PROSES PENYELESAIAN PROYEK

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai rencanan persiapan proyek, rencana pelaksanaan proyek, rencana penyelesaian proyek, dan rencana pelaporan proyek (laporan pelaksanaan proyek dan

laporan keuangan pelaksanaan proyek).

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menguraikan analisis hasil proyek akhir yaitu laporan pelaksanaan proyek akhir.

BAB 5 : PENUTUP

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari hasil pelaksanaan proyek.