

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia karena memberikan sumbangan signifikan khususnya dalam pembentukan produk domestik bruto dan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga dipercaya memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga dapat menjadi penopang bagi stabilitas sistem keuangan dan perekonomian. Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, Perkembangan UMKM dapat memperluas lapangan kerja dan memanfaatkan potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia sehingga meningkatkan perekonomian suatu negara.

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia dengan jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang sangat banyak. UMKM merupakan salah satu sumber tenaga kerja terbesar di Indonesia, menyerap sekitar 99,9 persen tenaga kerja Indonesia. Selain itu, UMKM juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas, serta meningkatkan perekonomian nasional. Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Riau mulai memperlihatkan trend positif. Hal itu didukung dengan dukungan dari Pemerintah Pusat.

Digital marketing adalah suatu usaha untuk melakukan pemasaran sebuah *brand* atau produk melalui dunia digital atau internet. Tujuannya adalah untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu. Digital Marketing merupakan salah satu cara yang paling banyak digunakan untuk

mempertahankan atau meningkatkan konsumen dan market share di zaman globalisasi seperti sekarang ini. Terdapat banyak platform media sosial yang bisa digunakan untuk digital marketing atau memasarkan produk yang mereka hasilkan. Terutama bagi pelaku UMKM yang sangat membutuhkan Digital marketing sebagai strategi untuk memasarkan sekaligus memperkenalkan produk mereka.

Menurut Istikhoroh, dkk (2023) Pemasaran digital atau *digital marketing* adalah istilah umum untuk pemasaran barang dan jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Menurut *The American Marketing Association*, pemasaran adalah fungsi organisasi dan rangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengantarkan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan organisasi dan para *stakeholder*. Selain itu media digital marketing yang sering digunakan adalah *Google Bisnis*. *Google Bisnis* merupakan aplikasi gratis yang dapat digunakan untuk membantu agar bisnis para pelaku UMKM dapat ditemukan di berbagai produk Google, seperti di Maps dan penelusuran. Pemerintah saat ini membuat berbagai kebijakan yang bertujuan agar kegiatan ekonomi berjalan sehat dan tidak merugikan rakyat, terkait hal itu sudah banyak UMKM yang ada di setiap daerah namun ada beberapa yang belum berkembang dengan baik karena kendala *digital marketing* yang ada di Riau. Kabupaten Bengkalis saat ini memiliki lebih dari 42 ribu UMKM, dengan banyaknya UMKM yang masing-masing diantaranya memiliki komoditi unggulan, jika dikelola dan atur dengan baik, pastinya akan berdampak positif bagi peningkatan ekonomi dan pendapatan masyarakat.

Desa Deluk adalah sebuah desa yang memiliki sebanyak 75 UMKM. Sebagian dari mereka memanfaatkan bahan utama yang dihasilkan ataupun mudah di dapat di Desa Deluk. karena Desa Deluk adalah sebuah Desa yang letaknya di daerah pesisir. Jika di kelola dengan baik, pastinya akan berdampak positif bagi peningkatan ekonomi dan pendapatan masyarakat. Namun sayangnya sebagian besar UMKM yang ada di Desa Deluk ini belum maksimal dalam proses pemasaran dan promosi yang mereka lakukan, karena masih kurangnya

pengetahuan pemilik UMKM dalam penerapan *Digital marketing* pada usahanya. Cara yang tepat yaitu dengan menggunakan metode pemasaran modern yang dapat diterapkan guna meningkatkan jumlah omzet dari pengusaha UMKM Putri Mandiri Desa Deluk adalah melalui pemasaran dengan menggunakan *Digital Marketing*.

UMKM Putri Mandiri adalah salah satu UMKM yang berada di Kab. Bengkulu khususnya di Desa Deluk, UMKM ini berdiri sejak tahun 2017. Promosi yang dilakukan oleh UMKM ini yaitu hanya melalui mulut ke mulut. Untuk produk-produk yang dihasilkan seperti abon ikan tenggiri, berotowali udang dan ilik-ilik bilis.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk mengadakan proyek tugas akhir dengan judul **Penerapan *Digital Marketing* pada UMKM Putri Mandiri di kab. Bengkulu.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi proyek yang timbul adalah bagaimana Penerapan Digital Marketing pada UMKM Putri Mandiri di Kab. Bengkulu ?

1.3 Tujuan Proyek

Adapun tujuan penerapan *Digital Marketing* pada UMKM Putri Mandiri di Kab. Bengkulu yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menganalisa bagaimana bauran pemasaran pada UMKM Putri Mandiri Di Kab. Bengkulu
2. Untuk menerapkan *Digital Marketing* yang tepat pada UMKM Putri Mandiri Di Kab. Bengkulu
3. Untuk menganalisa kendala dan solusi dalam pelaksanaan pada usaha UMKM Putri Mandiri Di Kab. Bengkulu

1.4 Manfaat proyek

Manfaat melakukan proyek Tugas akhir Penerapan *Digital Marketing* pada UMKM Putri Mandiri di Kab. Bengkulu yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Diharapkan dalam proyek ini penulis dapat mengembangkan pengetahuan, pengalaman minat dan kemampuan Penerapan *Digital Marketing*, serta memperoleh pengetahuan tentang bagaimana proses Penerapan *Digital Marketing* dengan baik.

2. Bagi pembaca dan pihak lain

Dapat memberikan informasi tambahan untuk mengembangkan minat dan kemampuan Penerapan *Digital Marketing* pada umkm, serta mampu memotivasi pembaca untuk lebih kreatif dan mampu melakukan Penerapan *Digital Marketing* ini dengan baik.

1.5 Tempat Pelaksanaan proyek

Tempat pelaksanaan proyek tugas akhir Penerapan *Digital Marketing* pada UMKM Putri Mandiri di Kab. Bengkalis ini yaitu di Jl.Deluk, RT 01/RW 05, Dusun Tengah, Kec. Bantan, Kab. Bengkalis.

1.6 Sistematika Penulisan Proyek

Agar penulisan laporan skripsi ini dapat sistematis dan tersusun dengan rapi maka diperlukan sistematika penulisan laporan. Berikut ini adalah sistematika penulisan proyek akhir.

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah proyek, identifikasi masalah proyek, tujuan proyek, manfaat proyek, dan sistematika penulisan suatu proyek di dalam laporan tugas akhir

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan. Teori-teori yang diuraikan yaitu teori umum dan teori khusus

BAB 3 : METODE DAN PROSES PENYELESAIAN PROYEK

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai identifikasi rencana persiapan proyek, rencana pelaksanaan proyek, rencana penyelesaian proyek, dan rencana pelaporan proyek yang meliputi laporan pelaksanaan kegiatan proyek dan laporan keuangan pelaksanaan kegiatan proyek.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini penulis membahas tentang profil kegiatan usaha, laporan pelaksanaan kegiatan proyek yang meliputi persiapan proyek, pelaksanaan proyek, penyelesaian proyek dan pelaporan, laporan produksi pelaksanaan proyek.

BAB 5 : PENUTUP

Pada Bab 5 berisi dijelaskan rangkuman hasil proyek akhir dalam bab-bab sebelumnya yang ditulis dalam suatu kesimpulan, serta saran sebagai rekomendasi untuk perbaikan ditempat proyek akhir.