

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) semakin terlibat dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam dunia bisnis. Penggunaan teknologi menjadi salah satu pendekatan yang efektif dalam penerapan pemasaran digital serta memperluas jangkauan pasar. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan masyarakat karena mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat

Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia tahun 2024, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 64,2 juta unit atau sekitar 99% dari total unit usaha yang ada. UMKM juga menyerap lebih dari 120 juta tenaga kerja nasional dan menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Data ini menunjukkan bahwa UMKM bukan hanya menjadi penggerak ekonomi lokal, tetapi juga berperan dalam mendukung pembangunan nasional.

Namun, di tengah kontribusi besarnya banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pemasaran dan perluasan pasar. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dalam bidang ekonomi dan bisnis. Jumlah pengguna internet dan media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Internet kini tidak hanya digunakan sebagai sumber informasi, tetapi juga telah menjadi saluran utama dalam transaksi bisnis dan kegiatan pemasaran.

Sayangnya, pemanfaatan media digital oleh UMKM masih tergolong rendah, meskipun peluangnya besar. Banyak produk lokal yang memiliki potensi pasar luas, namun kurang mendapatkan perhatian karena terbatasnya strategi pemasaran digital. Produk khas daerah yang memiliki nilai budaya dan cita rasa unik sering kali hanya dikenal secara lokal karena kurangnya promosi berbasis digital yang tepat sasaran.

Menurut Ijomah dkk. (2022), pemasaran digital telah menjadi komponen penting bagi UMKM untuk bertahan dan bersaing dalam lanskap bisnis yang bergerak cepat. Dengan mayoritas konsumen yang kini mencari produk dan layanan secara online, kehadiran digital menjadi syarat utama bagi UMKM untuk terhubung dengan pasar. Sementara itu, Hussain dkk. (2023) menyatakan bahwa digital marketing tidak hanya sebatas promosi di media sosial, tetapi juga merupakan bagian dari strategi menyeluruh dalam membangun bisnis yang berkelanjutan.

Dalam konteks ini, penerapan teknologi digital sangat penting untuk mendukung keberlangsungan dan perkembangan UMKM, khususnya dalam memasarkan produk mereka secara efektif. Pemanfaatan teknologi digital tidak hanya membantu dalam memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau, merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam sektor kuliner tradisional. Berbagai produk khas daerah seperti lempuk durian, olahan sagu, terasi, dan kerupuk udang terus dikembangkan oleh masyarakat sebagai bentuk pelestarian budaya sekaligus peluang usaha. Tidak hanya mempertahankan cita rasa khas daerah, pelaku usaha juga mulai menunjukkan inovasi dalam mengikuti perkembangan tren pasar kuliner.

Salah satu UMKM yang bergerak dalam industri kuliner khas daerah adalah UMKM Lempuk Durian Ratu Asli yang berlokasi di Desa Pasiran, Kecamatan Bantan, Kabupaten Bengkalis. UMKM ini telah berdiri hampir sepuluh tahun dan secara konsisten memproduksi lempuk durian dari bahan baku lokal berkualitas. Produk ini diberi label “Ratu Asli” dan dikemas dalam bentuk yang higienis sebagai upaya menjaga mutu dan daya tarik produk. Selain meningkatkan nilai tambah pada durian lokal, usaha ini juga memberdayakan masyarakat sekitar dalam proses produksi.



Gambar 1.1 Label Kemasan Produk Lempuk Durian "Ratu Asli"

(Sumber: Dokumentasi Peneliti 2026)

Meski telah beroperasi kurang lebih 10 tahun dan menghasilkan produk berkualitas, eksistensi UMKM ini masih belum dikenal luas oleh masyarakat di luar Bengkalis. Strategi pemasaran yang digunakan masih bersifat konvensional, yaitu menaruh produk di warung sekitaran pemilik dan dari mulut ke mulut. Pelaku usaha belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk memanfaatkan pemasaran digital secara optimal, sehingga media sosial yang dimiliki belum digunakan secara efektif sebagai sarana promosi.

Padahal, digital marketing menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*), memperluas pasar, serta meningkatkan daya saing produk. Namun demikian, masih terdapat keterbatasan dalam penerapan strategi digital marketing, seperti belum adanya sistem penjualan online dan promosi yang masih dilakukan secara manual, sehingga jangkauan pasar produk masih terbatas.

Sejauh ini, sudah banyak penelitian yang membahas pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan kinerja UMKM. Namun, masih sedikit kajian yang secara khusus meneliti penerapan strategi digital marketing pada produk makanan khas daerah seperti lempuk durian, khususnya di wilayah Kabupaten Bengkalis. Hal ini menunjukkan adanya *research gap* yang perlu diteliti lebih lanjut.

Untuk memperkenalkan produk Lempuk Durian Ratu Asli secara lebih luas, diperlukan strategi pemasaran yang tepat, khususnya melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan strategi yang tepat, diharapkan produk ini dapat

menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan daya saing, serta mendorong peningkatan penjualan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun UMKM Lempuk Durian Ratu Asli memiliki potensi yang besar, namun masih menghadapi kendala dalam pemasaran digital. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan sebagai upaya untuk mengoptimalkan penerapan digital marketing pada UMKM berbasis produk khas daerah, khususnya di Kabupaten Bengkalis.

Dengan demikian, penulis tertarik untuk menyusun proposal proyek dengan judul “Penerapan Pemasaran Digital pada UMKM Lempuk Durian Ratu Asli di Desa Pasiran, Kecamatan Bantan.”

1.2 Identifikasi Proyek

Identifikasi proyek yang akan dilakukan pada kegiatan proyek ini adalah Bagaimana Penerapan Pemasaran Digital pada UMKM Lempuk Durian Ratu Asli di Desa Pasiran Kecamatan Bantan?

1.3 Tujuan Proyek

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, berikut adalah tujuan dari penelitian (proyek) yang akan dilakukan:

1. Untuk menganalisis bagaimana bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh Lempuk Durian Ratu Asli.
2. Untuk mengimplementasikan pemasaran *Digital* pada usaha Lempuk Durian Ratu Asli
3. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi selama mengimplementasikan Pemasaran Digital pada usaha Lempuk Durian Ratu Asli.
4. Untuk mengetahui solusi dari kendala kendala yang dihadapi selama mengimplemantasikan Pemasaran Digital pada usaha Lempuk Durian Ratu Asli.

1.4 Manfaat Proyek

Berikut ini adalah manfaat dari proyek Penerapan Pemasaran Digital pada UMKM Lempuk Durian Ratu Asli.

1.4.1 Manfaat Proyek Bagi Penulis

Adapun manfaat dari penerapan pemasaran digital bagi penulis adalah:

1. Diharapkan proyek ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi penulis dan sarana belajar bagaimana strategi pemasaran yang baik.
2. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan pemasaran digital yang baik dan bagus untuk digunakan dalam penerapan pemasaran digital pada UMKM Lempuk Durian Ratu Asli.

1.4.2 Manfaat Bagi Pelaku UMKM Lempuk Durian Ratu Asli

Manfaat bagi UMKM Lempuk Durian Ratu Asli yaitu dapat memahami akan pentingnya pemanfaatan media sosial melalui pemasaran digital dalam penerapan pemasaran digital pada UMKM.

1.4.3 Manfaat Bagi Pihak Lain

Penulis berharap proyek ini dapat dijadikan sebagai salah satu acuan untuk pelaksanaan proyek dan dapat memberikan ilmu berharga bagi perkembangan pengetahuan dan untuk melakukan penelitian dalam bidang yang sejenis, khususnya terkait pemasaran digital pada suatu usaha atau bisnis tertentu.

1.5 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Proyek

Tempat pelaksanaan proyek akhir Penerapan Pemasaran Digital pada UMKM Lempuk Durian Ratu Asli di Desa Pasiran Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis pada bulan April tahun 2026.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Adapun sistematika penulisan laporan proyek Penerapan Pemasaran Digital pada UMKM Lempuk Durian di Desa Pasiran Kecamatan Bantan yang disusun untuk memberikan gambaran umum tentang proyek yang dibuat sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang, identifikasi proyek, tujuan proyek, manfaat proyek, tempat dan waktu pelaksanaan proyek, dan sistematika penulisan laporan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan tentang teori-teori yang relevan dengan pokok bahasan dalam proyek ini, yang terbagi dalam penelitian terdahulu.

BAB 3: METODE DAN PROSES PENYELESAIAN PROYEK

Pada bab ini penulis akan menguraikan rencana persiapan proyek, rencana pelaksanaan proyek, rencana penyelesaian dan pelaporan proyek.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan profil usaha dan produk Lempuk Durian Ratu Asli, persiapan proyek, pelaksanaan proyek dan laporan proyek.

BAB 5: PENUTUP

Pada bab ini terdapat sejumlah kesimpulan dan saran sebagai uraian tugas akhir dari laporan, serta sasaran sebagai rekomendasi untuk perbaikan di tempat proyek akhir.