

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Proyek

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat dan memberikan pengaruh besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang bisnis. Kemajuan teknologi tersebut mendorong terjadinya transformasi digital yang mengubah cara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya, khususnya dalam aspek pemasaran. Perubahan ini dapat dilihat dari perilaku konsumen yang semakin aktif memanfaatkan media digital dalam mencari informasi produk, membandingkan harga, serta menentukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran agar tetap mampu bersaing di era modern.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM juga berperan dalam menjaga kestabilan ekonomi, khususnya di tingkat daerah. Namun demikian, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala, salah satunya dalam aspek pemasaran. Sebagian pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung di lapak atau promosi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pemasaran menjadi terbatas dan kurang mampu menjangkau konsumen secara luas.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan media sosial, *digital marketing* menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut. *Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan media digital seperti *Instagram* dan *Facebook* dalam mempromosikan produk atau jasa. Melalui *digital marketing*, pelaku usaha dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta membangun interaksi dengan konsumen. Selain itu, pemasaran digital juga memberikan kemudahan dalam

mengevaluasi efektivitas promosi yang dilakukan.

UMKM Pratama *Ice Bowl* didirikan pada tahun 2026 sebagai bentuk pemanfaatan peluang usaha di bidang kuliner, khususnya pada produk *dessert* yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat, terutama kalangan remaja dan mahasiswa. Pendirian usaha ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya minat konsumen terhadap makanan yang tidak hanya memiliki cita rasa yang enak, tetapi juga memiliki tampilan yang menarik dan mengikuti tren. Selain itu, usaha ini juga bertujuan untuk menciptakan peluang usaha mandiri serta meningkatkan pendapatan.

UMKM Pratama *Ice Bowl* merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan produk berupa dessert berbahan dasar roti, es krim, dan berbagai pilihan topping. Usaha ini berlokasi di Jalan Lembaga, Desa Senggoro, Kecamatan Bengkalis. Lokasi lapak tergolong strategis karena berada di dekat Kampus IAIN Datuk Laksamana Bengkalis. Sehingga memiliki peluang pasar yang cukup besar, terutama dari kalangan mahasiswa dan masyarakat sekitar. Lapak ini menjadi tempat utama dalam menjalankan kegiatan operasional serta penjualan produk kepada konsumen. Adapun lapak UMKM Pratama *Ice Bowl* dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini:



Gambar 1.1 Lapak UMKM Pratama *Ice Bowl*
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026

Produk yang Produk yang ditawarkan Produk yang ditawarkan oleh UMKM Pratama *Ice Bowl* memiliki berbagai pilihan varian rasa yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen. Adapun varian rasa yang tersedia terdiri dari coklat, strawberry, dan vanila. Selain itu, UMKM Pratama *Ice Bowl* juga menyediakan berbagai pilihan topping, seperti *choco crunchy*, *oreo*, *wafer*, *nyam-nyam rice*, *oreo crumble*, *marshmallow*, dan *choco mix*. Keberagaman pilihan rasa dan topping tersebut memberikan kebebasan bagi konsumen untuk menyesuaikan produk sesuai dengan preferensi masing-masing.

Selain menawarkan variasi rasa dan topping, UMKM Pratama *Ice Bowl* juga menyediakan beberapa pilihan ukuran produk dengan harga yang terjangkau. Ukuran *small* terdiri dari 3 scoop es krim dan 2 topping dengan harga Rp10.000, ukuran *medium* terdiri dari 3 scoop es krim dan 3 topping dengan harga Rp12.000, sedangkan ukuran *large* terdiri dari 3 scoop es krim, 3 topping, serta tambahan buah dengan harga Rp15.000. Variasi ukuran dan harga tersebut ditujukan untuk menjangkau berbagai kalangan konsumen, khususnya pelajar dan mahasiswa.

UMKM Pratama *Ice Bowl* memiliki beberapa keunggulan yang menjadi daya tarik bagi konsumen. Keunggulan tersebut terletak pada konsep produk yang menggabungkan roti dengan es krim serta variasi topping yang beragam sehingga memberikan pengalaman konsumsi yang berbeda. Selain itu, variasi menu yang tersedia memberikan banyak pilihan sesuai dengan selera konsumen. Harga yang relatif terjangkau serta lokasi usaha yang strategis di sekitar lingkungan kampus juga menjadi nilai tambah dalam menarik minat konsumen. Penyajian produk yang menarik dan mengikuti tren juga turut memberikan daya tarik tersendiri, khususnya bagi kalangan remaja dan mahasiswa.

Meskipun memiliki berbagai potensi tersebut, UMKM Pratama *Ice Bowl* masih menghadapi kendala dalam aspek pemasaran. Kegiatan promosi yang dilakukan masih terbatas pada penjualan langsung di lapak dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran menjadi terbatas dan belum mampu menjangkau konsumen secara lebih luas. Akibatnya, informasi mengenai produk belum banyak dikenal oleh masyarakat luas karena promosi yang dilakukan masih terbatas dan hanya mengandalkan komunikasi dari

mulut ke mulut. Kondisi tersebut menyebabkan penjualan masih bergantung pada konsumen yang datang langsung ke lokasi usaha. Padahal, dengan memanfaatkan *digital marketing*, pelaku usaha dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen.

Oleh karena itu, penerapan *digital marketing* pada UMKM Pratama *Ice Bowl* menjadi langkah yang penting untuk dilakukan sebagai upaya dalam mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital. Melalui pemanfaatan media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* serta pembuatan konten promosi yang menarik dan terencana, diharapkan usaha ini dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dan menarik lebih banyak konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat proyek akhir dengan judul “Penerapan *Digital Marketing* pada UMKM Pratama *Ice Bowl*” sebagai upaya untuk membantu UMKM dalam mengoptimalkan pemasaran berbasis digital serta meningkatkan daya saing usaha di era digital.

1.2 Identifikasi Proyek

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka identifikasi proyek yang timbul adalah bagaimana Penerapan *Digital Marketing* Pada UMKM Pratama *Ice Bowl* tersebut?

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan khusus untuk proyek tugas akhir *Penerapan Digital Marketing Pada UMKM Pratama Ice Bowl* adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bauran pemasaran yang dilakukan oleh UMKM *Pratama Ice Bowl*.
2. Untuk menerapkan *digital marketing* pada UMKM *Pratama Ice Bowl*.
3. Untuk mengetahui kendala dan solusi yang dihadapi selama penerapan *digital marketing* pada UMKM *Pratama Ice Bowl*.

1.4 Manfaat Proyek

Adapun manfaat Proyek Penerapan *Digital Marketing* pada UMKM

Pratama *Ice Bowl*. yaitu sebagai berikut:

1. Bagi penulis
Mahasiswa akan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang konsep dan teknik penerapan *digital marketing*, serta bagaimana menerapkannya dalam konteks bisnis nyata.
2. Bagi UMKM
Dengan menerapkannya strategi pemasaran yang efektif, UMKM dapat pemahaman mengenai penerapan media sosial khususnya dalam pemasaran secara digital.
3. Bagi pembaca dan pihak lain
Hasil proyek ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi pembaca untuk melakukan proyek serupa di bidang *digital marketing*.

1.5 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Proyek

1.5.1 Waktu Pelaksanaan Proyek

Waktu pelaksanaan proyek Penerapan *Digital Marketing* Pada UMKM Pratama *Ice Bowl* dilaksanakan pada Tanggal 1 Mei 2026 sampai 31 Mei 2026

1.5.2 Tempat Pelaksanaan Proyek

Tempat Pelaksanaan Proyek Penerapan *Digital Marketing* Pada UMKM Pratama *Ice Bowl* dilaksanakan di Jl. Lembaga, Desa Senggoro Kec. Bengkalis.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Agar penulisan laporan proyek akhir 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 penulis menguraikan tentang latar belakang proyek, identifikasi proyek, tujuan proyek, manfaat proyek, dan sistematika penulisan laporan proyek.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai penelitian terdahulu yang di

ambil dari jurnal sebelumnya, serta teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB 3: METODE DAN PROSES PENYELESAIAN PROYEK

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

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menguraikan hasil dan pembahasan mengenai Penerapan *Digital Marketing* Pada UMKM Pratama *Ice Bowl*.

BAB 5: PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan serta saran yang akan disampaikan oleh penulis.