

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Proyek

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Internet kini menjadi salah satu media utama yang digunakan masyarakat dalam memperoleh informasi, berkomunikasi, hingga melakukan transaksi jual beli. Perubahan pola komunikasi yang sebelumnya bersifat konvensional kini telah bertransformasi ke arah digital, khususnya melalui media sosial.

Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana interaksi sosial, tetapi juga menjadi alat pemasaran yang efektif bagi pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Digital marketing* melalui *platform* seperti *Instagram*, *Tiktok*, dan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan pemasaran konvensional.

Dengan biaya promosi yang lebih fleksibel dan jangkauan pasar yang tidak terbatas oleh wilayah geografis, *digital marketing* menjadi strategi yang efektif dan efisien untuk memperkenalkan produk. Pergeseran perilaku masyarakat yang kini cenderung memanfaatkan media sosial untuk mencari rekomendasi produk dan berinteraksi dengan penjual menjadikan platform digital sebagai sarana promosi yang potensial. Hal ini memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan *brand awareness* secara optimal.

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian daerah karena mampu menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun, di era persaingan yang semakin ketat, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap bertahan dan berkembang. Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah dengan menerapkan strategi pemasaran digital.

Salah satu UMKM yang berkembang di Kota Bengkalis adalah UMKM Ayam Geprek Aflahal, yang telah beroperasi sejak tahun 2022. UMKM ini merupakan usaha makanan siap saji yang menawarkan berbagai varian ayam geprek dengan tingkat kepedasan yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen. Menu yang disajikan cukup beragam dan memiliki cita rasa khas, dengan harga terjangkau mulai dari harga 10 ribu. Makanan ini dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga pekerja. Untuk terus mengembangkan usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat, UMKM Ayam Geprek Aflahal perlu menerapkan strategi pemasaran digital agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan keberhasilan usaha di masa depan.

Pemilihan UMKM Ayam Geprek Aflahal sebagai objek dalam proyek ini didasarkan pada beberapa pertimbangan yang berkaitan dengan perkembangan usaha serta potensi pemasaran yang dimilikinya. UMKM Ayam Geprek Aflahal merupakan salah satu usaha kuliner lokal yang sedang berkembang di Kota Bengkalis dan memiliki peluang pasar yang cukup besar, terutama karena produk ayam geprek merupakan makanan yang populer dan banyak diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga masyarakat umum. Tingginya minat masyarakat terhadap produk tersebut menunjukkan bahwa usaha ini memiliki potensi untuk terus berkembang apabila didukung dengan strategi pemasaran yang tepat.

Meskipun memiliki potensi yang baik, UMKM Ayam Geprek Aflahal juga menghadapi beberapa kendala. Di antaranya adalah keterbatasan dalam pengelolaan konten media sosial yang belum konsisten, kurangnya pemanfaatan fitur media sosial, serta persaingan yang semakin ketat dengan pelaku usaha sejenis. Selain itu, pemahaman mengenai strategi *digital marketing* yang efektif masih terbatas, sehingga promosi yang dilakukan belum sepenuhnya optimal dalam menjangkau target pasar yang lebih luas. Kondisi ini menyebabkan peningkatan penjualan belum maksimal dan memerlukan strategi pemasaran digital yang lebih terarah dan terencana.

Digital marketing atau pemasaran digital merupakan salah satu strategi yang semakin banyak digunakan oleh pelaku usaha, baik skala besar maupun kecil,

untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Melalui *digital marketing*, pelaku UMKM dapat menjangkau pelanggan dari berbagai wilayah tanpa harus dibatasi oleh lokasi atau waktu. Pemasaran digital memanfaatkan teknologi dalam mendistribusikan informasi produk dan layanan melalui media digital seperti media sosial, *website*, *e-mail marketing*, video marketing, dan optimasi mesin pencari (SEO). Keberhasilan penerapan *digital marketing* yang tepat dapat memberikan dampak positif dalam mendorong peningkatan penjualan serta memperkuat posisi produk di pasar (Rachmadi, 2020).

Berdasarkan kondisi tersebut, proyek ini dilakukan untuk menganalisis penerapan pemasaran digital melalui media sosial pada UMKM Ayam Geprek Aflahal serta melihat bagaimana penerapan strategi tersebut dapat memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan usaha. Dengan adanya penerapan pemasaran digital yang tepat, diharapkan UMKM Ayam Geprek Aflahal dapat meningkatkan visibilitas produk, menarik lebih banyak konsumen, dan pada akhirnya mampu meningkatkan penjualan usaha.

Fakta tersebut menunjukkan pentingnya pemanfaatan *digital marketing* melalui media sosial dalam meningkatkan efektivitas pemasaran. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Pemasaran Digital Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Ayam Geprek Aflahal di Kecamatan Bengkalis.”**

1.2 Identifikasi Proyek

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas maka Identifikasi Proyek adalah bagaimana penerapan pemasaran digital melalui media sosial dalam meningkatkan penjualan UMKM Ayam Geprek Aflahal di Kecamatan Bengkalis?

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan proyek penerapan pemasaran digital melalui sosial media dalam meningkatkan penjualan UMKM Ayam Geprek Aflahal Bengkalis adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran pada UMKM ayam geprek aflahal.

2. Untuk menganalisis penerapan *digital marketing* melalui media sosial dalam meningkatkan penjualan pada umkm ayam geprek aflahal.
3. Untuk menganalisis kendala yang dihadapi serta solusi yang diterapkan dalam pelaksanaan digital untuk meningkatkan penjualan ayam geprek aflahal.

1.4 Manfaat Proyek

Setiap proyek tentu memiliki manfaat yang ingin dicapai. adapun manfaat dari proyek ini adalah:

1. **Bagi Penulis**
Dengan adanya penyusunan skripsi ini dapat menambah wawasan serta dapat mengaplikasikan ilmu yang telah diterapkan selama perkuliahan, dan dapat menerapkan pemasaran digital yang akan digunakan untuk meningkatkan dan memperkenalkan produk kepada masyarakat melalui media sosial, selain itu untuk memenuhi syarat penyusunan skripsi guna mendapatkan gelar Sarjana Terapan dari Program Studi Bisnis Digital.
2. **Bagi Pelaku UMKM**
Dengan adanya Proyek ini pihak UMKM terbantu dalam meningkatkan penjualan dan pengembangan pada usaha UMKM Ayam Geprek Aflahal.
3. **Bagi Pihak Lain**
Penulis berharap proyek ini dapat menjadi tambahan informasi dan bahan perbandingan untuk menambah wawasan bagi pembaca mengenai penerapan pemasaran digital melalui media sosial dalam meningkatkan penjualan UMKM.

1.5 Tempat Pelaksanaan Proyek

Tempat Pelaksanaan proyek tugas akhir di Jl. Panglima Minal Air Putih Kec. Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Riau.

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 berisi uraian mengenai latar belakang proyek,identifikasi 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 penyelesaian 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 proyek,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.