

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital saat ini telah membawa dampak besar terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Kemajuan teknologi telah mengubah pola interaksi masyarakat, cara memperoleh informasi, hingga strategi pemasaran dalam dunia usaha. Digitalisasi menjadi aspek penting yang tidak bisa diabaikan oleh pelaku bisnis jika ingin bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Salah satu dampak signifikan dari perkembangan teknologi adalah hadirnya berbagai *platform digital* yang mempermudah proses komunikasi dan transaksi. Teknologi tidak hanya mempengaruhi perusahaan besar, tetapi juga membuka peluang besar bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk memperluas pasar serta meningkatkan daya saing. Peluang ini bisa dimanfaatkan jika pelaku UMKM mampu mengadopsi teknologi secara tepat dan efisien dalam strategi pemasaran mereka.

Seiring dengan pesatnya perkembangan *teknologi digital*, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi antarindividu, tetapi juga telah berkembang menjadi *platform* pemasaran yang efektif. Dengan jangkauan luas dan kemudahan akses, media sosial menjadi salah satu sarana promosi yang paling banyak digunakan saat ini.

Keunggulan media sosial sebagai alat pemasaran terletak pada kemampuannya menjangkau audiens secara luas dan cepat, dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan media konvensional. Selain itu, media sosial memungkinkan interaksi langsung antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga tercipta komunikasi dua arah yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Platform seperti Instagram, telah terbukti efektif dalam membangun citra merek dan meningkatkan penjualan produk UMKM.

Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada media sosial dalam mencari informasi dan rekomendasi produk juga menjadi alasan penting untuk mengadopsi digital marketing. Banyak calon pelanggan kini lebih tertarik membeli produk yang mereka lihat secara langsung melalui konten visual yang menarik di platform digital.

Di Indonesia, sektor UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi tulang punggung ekonomi karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, banyak UMKM masih menghadapi kendala dalam hal pemasaran, terutama dalam mengadopsi strategi digital yang sesuai dengan karakteristik bisnis mereka.

Keterbatasan pengetahuan, sumber daya manusia, dan infrastruktur menjadi faktor utama yang menyebabkan rendahnya tingkat digitalisasi pada UMKM. Padahal, di era digital seperti sekarang, pemanfaatan strategi pemasaran berbasis digital menjadi salah satu kunci untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan implementasi strategi digital marketing yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan UMKM.

Digital Marketing bentuk pendekatan pemasaran yang memanfaatkan media digital, termasuk media sosial, untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif. Strategi ini memungkinkan UMKM untuk membangun identitas merek, meningkatkan penjualan, dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Dengan pendekatan yang tepat, pelaku UMKM dapat bersaing dengan usaha lain, termasuk yang lebih besar.

Salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk berkembang melalui digital marketing adalah Risol Mayo Mama Mutia yang berada di Kabupaten Bengkalis. Usaha ini dimiliki oleh Ibu Nlia dan telah dirintis sejak tahun 2023. Usaha ini memproduksi risol dengan beragam isian yang unik dan memiliki cita rasa khas. Tidak hanya itu Risol mayo mama mutia juga menjual menu tambahan

seperti minuman dan makanan berat, seperti varian geprek, mie, dan teh es jumbo. Meskipun produknya disukai oleh masyarakat sekitar, namun pemasarannya masih terbatas.

Risol Mayo Mama Mutia menghadapi tantangan dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Selama ini, promosi dilakukan melalui metode dari mulut ke mulut, yang cakupannya sangat terbatas. Melihat potensi produk yang dimiliki, Risol Mayo Mama Mutia membutuhkan strategi pemasaran yang lebih modern dan menjangkau lebih banyak orang, salah satunya melalui media sosial.

Dengan memanfaatkan *platform* seperti Instagram, serta memanfaatkan media sosial, Risol Mayo Mama Mutia dapat menyajikan konten berupa foto, video, testimoni pelanggan. Risol Mayo Mama Mutia dapat mempublikasikan produk secara lebih menarik, menjangkau pelanggan baru, serta membangun relasi yang lebih kuat dengan pelanggan lama. Konten promosi yang menarik dan konsisten akan membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menyoroti peran penting media sosial dalam mendukung pemasaran digital, namun masih terdapat kesenjangan dalam pendekatan dan fokus penelitian tersebut. Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Salma (2021), menggunakan pendekatan kualitatif dan menyoroti pengalaman pelaku UMKM yang berhasil meningkatkan penjualan melalui media sosial, namun juga menghadapi berbagai kendala seperti koneksi internet dan penipuan transaksi. Sementara itu, Lianardo (2022) yang menyebutkan bahwa meskipun mayoritas pelaku UMKM telah menggunakan media sosial seperti Instagram, sebagian besar belum mampu mengelolanya dengan baik dan masih membutuhkan pendampingan dalam strategi konten dan branding

Kesenjangan antara penggunaan media digital dan efektivitasnya masih menjadi persoalan yang belum tuntas di kalangan UMKM. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang tidak hanya menyoroti penggunaan digital marketing dari sisi teknis, tetapi juga menyertakan aspek pendampingan, implementasi nyata, serta evaluasi yang berkelanjutan untuk membantu UMKM berkembang di era digital secara lebih terarah dan berdaya saing. Hal ini menunjukkan bahwa

masih dibutuhkan penelitian yang menggabungkan kedua pendekatan tersebut agar diperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai penerapan digital marketing pada UMKM. Berdasarkan hal tersebut, maka penting untuk melaksanakan proyek implementasi digital marketing pada UMKM Risol Mayo Mama Mutia di Bengkalis. Proyek ini bertujuan untuk membantu usaha tersebut dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkuat identitas merek melalui pemanfaatan media sosial. Dengan strategi yang tepat, Risoles Mutia diharapkan dapat tumbuh menjadi UMKM yang lebih modern dan berdaya saing tinggi di era digital.

Proyek ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam dan kontekstual mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media promosi bagi UMKM lokal, khususnya pada UMKM Risol Mayo Mama Mutia di Kabupaten Bengkalis. Dengan pendekatan yang terfokus pada praktik langsung proyek ini akan mengangkat realitas pelaku usaha dalam menghadapi tantangan digitalisasi.

Selain itu, hasil proyek ini diharapkan dapat menjadi referensi dan inspirasi bagi pelaku UMKM lainnya dalam merancang strategi pemasaran digital yang lebih terarah, kreatif, dan berkelanjutan. Tidak hanya sekadar memperkenalkan produk secara online, tetapi juga membangun citra merek, memperkuat loyalitas pelanggan, serta menciptakan sistem pemasaran yang konsisten dan adaptif terhadap perubahan trend konsumen.

Di Bengkalis, tingkat adopsi *digital marketing* oleh pelaku UMKM masih tergolong rendah. Banyak UMKM yang belum memanfaatkan media digital secara maksimal untuk mempromosikan produknya. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya akses terhadap pelatihan, keterbatasan infrastruktur internet, serta rendahnya kesadaran akan manfaat jangka panjang dari strategi *digital marketing*. Untuk itu, perlu adanya pendekatan dan pendampingan khusus yang dapat membantu UMKM di Bengkalis mengembangkan strategi *digital marketing* yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan usaha mereka.

UMKM Risol Mayo Mama Mutia merupakan salah satu UMKM yang didirikan oleh seorang pelaku UMKM lokal di Bengkalis pada 08 Mei 2023, yang bergerak di bidang penjualan Risol dan menu tambahan nya Ayam Geprek dan Es

Teh. Berlokasi di Jl. Pramuka, Stadion, Jl. Jendral Sudirman, Bengkalis Kota, Jl. Bantan, Bantan Tua. Usaha ini memiliki potensi besar karena berada di lokasi yang strategis, serta di dukung oleh tingginya minat masyarakat, khususnya anak muda, mahasiswa dan pelajar terhadap produk makanan cepat saji. Namun, pemasaran Risol Mayo Mama Mutia masih terbatas dan belum terstruktur secara digital. Saat ini, pemasaran Risol Mayo Mama Mutia masih mengandalkan media sosial secara sederhana seperti Instagram, dan interaksi langsung dengan pelanggan, sehingga belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas secara optimal. Adapun menu yang tersedia pada UMKM Risol Mayo Mama Mutia yaitu, Risol.

Salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM adalah Kabupaten Bengkalis di Provinsi Riau. Wilayah ini dikenal aktif dalam mengembangkan sector usaha kecil, baik melalui kegiatan pelatihan maupun pemberdayaan ekonomi lokal. Kawasan Jl. Pramuka, Stadion Bengkalis, Jl. Jendral Sudirman, Bengkalis, dan Jl. Bantan, Bantan Tua, menjadi lokasi tumbuhnya beragam UMKM yang memiliki potensi pasar, khususnya di bidang kuliner.



Gambar 1.1 Lapak UMKM Risol Mayo Mama Mutia
Sumber : Risol Mayo Mama Mutia 2026

Dengan melihat potensi produk dan tantangan yang dihadapi, implementasi strategi *digital marketing* menjadi langkah penting bagi Risol Mayo Mama Mutia untuk meningkatkan *brand awareness*, menjangkau konsumen baru, serta mendorong peningkatan penjualan strategi ini akan mencakup konsumen baru, serta mendorong peningkatan penjualan, strategi ini akan mencakup pengembangan kehadiran *online* yang *komprehensif* melalui *platform* utama seperti *Instagram*, *Google My Business* dengan tujuan meningkatkan *brand awareness*, menjangkau konsumen baru secara efektif, membangun loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya mendorong peningkatan penjualan yang signifikan, fokus proyek ini meliputi pengembangan konten yang menarik dan relevan untuk berbagai *platform*, pemanfaatan fitur promosi yang tepat pada masing-masing *platform*, serta analisis data untuk mengoptimalkan strategi *digital marketing* secara keseluruhan.

Berdasarkan latar belakang, penulis tertarik untuk menyusun proyek skripsi ini dengan judul **“Implementasi *Digital Marketing* Pada UMKM Risol Mayo Mama Mutia di Bengkalis”**.

1.2 Identifikasi Proyek

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi proyek pada UMKM Risol Mayo Mama Mutia di Bengkalis sebagai berikut:

1. Aktivitas promosi melalui media sosial *Instagram* belum optimal sehingga pemasaran produk masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut.
2. UMKM belum memanfaatkan *platform digital* seperti *Instagram*, *Google My Business* secara optimal sebagai media pemasaran.
3. UMKM belum memiliki strategi *digital marketing* yang terarah untuk meningkatkan *brand awareness* serta penjualan.
4. UMKM belum melakukan analisis terhadap efektivitas kegiatan *digital marketing* sebagai dasar evaluasi strategi pemasaran.

1.3 Tujuan Proyek

Adapun tujuan khusus untuk proyek tugas akhir Implementasi *Digital Marketing* pada UMKM Risol Mayo Mama Mutia di Bengkalis adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bauran pemasaran pada UMKM Risol Mayo Mama Mutia.
2. Untuk menganalisis implementasi *digital marketing* terhadap UMKM Risol Mayo Mama Mutia.
3. Untuk mengetahui kendala-kendala yang timbul serta memberikan solusi yang relevan dalam pelaksanaan implementasi *digital marketing* pada UMKM Risol Mayo Mama Mutia.

1.4 Manfaat Proyek

Proyek akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan, di antaranya sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Dengan adanya penyusunan proposal dan pelaksanaan proyek ini penulis dapat menambah wawasan serta kesempatan untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam bentuk kegiatan nyata.
2. Bagi pelaku UMKM (Risol Mayo Mama Mutia)
Proyek ini dapat memberikan informasi dan masukan yang berharga serta strategi implementasi *digital marketing* yang konkret untuk pengembangan usaha, peningkatan penjualan dan perluasan jangkauan pasar.
3. Bagi Pihak lain
Khusus pelaku UMKM, proyek ini diharapkan bisa menjadi contoh nyata bahwa pemanfaatan media digital sangat penting dalam mengembangkan usaha. Hasil dari proyek ini diharapkan mampu mendorong pelaku usaha lain untuk lebih terbuka terhadap teknologi dan mulai menerapkan strategi pemasaran yang relevan di era digital.

1.5 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Proyek

Tempat pelaksanaan proyek Implementasi *Digital Marketing* pada UMKM Risol Mayo Mama Mutia di Bengkalis akan dilaksanakan di Jl. Pramuka, Kecamatan Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Waktu pelaksanaan Implementasi *Digital Marketing* pada UMKM Risol Mayo Mama Mutia di Bengkalis akan dilaksanakan selama Satu (1) bulan yaitu pada tanggal 10 Juni 2026 sampai 24 Juli 2026.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam proposal ini disusun agar pembaca dapat memahami alur isi laporan secara terstruktur dan sistematis. Adapun sistematika penulisan dalam proposal ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Proyek, Manfaat Proyek dan Sistematika Penulisan Laporan Proyek yang memberikan gambaran umum mengenai isi keseluruhan proposal.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan teori yang relevan dengan pokok pembahasan dalam proyek ini, terdiri dari Publikasi Terdahulu, Teori Pemasaran, Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), Penjualan, Analisis SWOT, STP, *Digital Marketing*, dan UMKM.

BAB 3 : METODA DAN PROSES PENYELESAIAN PROYEK

Pada bab ini penulis akan menguraikan Rencana Persiapan Proyek, Rencana Pelaksanaan Proyek (termasuk implementasi *digital marketing* di berbagai *platform*), Rencana Evaluasi Proyek, dan Rencana Pelaporan Proyek.

BAB 4 : HASIL YANG DIHARAPKAN

Pada bab ini penulis akan membahas dan menguraikan mengenai Profil UMKM “Risol Mayo Mama Mutia” Persiapan Proyek,

Pelaksanaan Proyek (detail implementasi *digital marketing* dan hasilnya), Evaluasi Proyek (analisis data dan efektivitas strategi), serta Pelaporan Proyek.

BAB 5 : PENUTUP

Pada bab ini berisi rangkuman mengenai hasil dari keseluruhan isi proyek akhir dan saran sebagai rekomendasi untuk perbaikan dan keberlanjutan implementasi *digital marketing* pada UMKM Risol Mayo Mama Mutia.