

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan teknologi saat ini, internet merupakan suatu teknologi yang berkembang dengan pesat karena dapat diakses sangat cepat dan dimana saja oleh siapapun. Internet dapat digunakan sebagai alat berkomunikasi bahkan pada saat ini sering digunakan untuk melakukan proses jual dan beli barang maupun jasa. Pada era digital seperti saat ini, penerapan *digital marketing* telah menjadi hal yang sangat penting dalam pengembangan berbagai bisnis. Pada zaman sekarang semua sudah serba digital dan lebih efektif jika melakukan aktivitas secara digital. Didalam berbisnis ada juga yang menggunakan media sosial, media sosial ini dapat dimanfaatkan sebagai sistem informasi yang jelas dan dapat dipercaya. Dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, penerapan *digital marketing* menjadi kunci utama dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing sebuah usaha.

Digital marketing dapat membantu usaha untuk mencapai target pasar yang lebih luas melalui berbagai platform online seperti media sosial, *website*, dan *marketplace*. *Digital marketing* merupakan salah satu media yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat serta berbagai pendukung dalam kegiatan sehari-hari. Adapun media sosial adalah platform daring yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, berbagi, dan bertukar informasi, ide, dan konten dengan cepat dan mudah melalui jaringan virtual. Media sosial mencakup berbagai bentuk komunikasi interaktif yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain serta menggunakan digital akan memberikan saluran yang mempunyai potensi besar dalam mencapai keefektifan kebutuhan pembeli.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan pemberdayaan rumah tangga. Keberadaan UMKM diharapkan mampu memacu perekonomian perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini, mayoritas para pelaku UMKM tidak bisa berkembang dan banyak yang berakhir pada kebangkrutan atau tidak kembalinya modal karena proses pemasaran masih menggunakan cara yang sederhana atau cara tradisional. Dengan demikian pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (digital marketing) memberi harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi.

Salah satu UMKM yang sedang berkembang saat ini adalah UMKM Kerupuk Pedas Ibu. UMKM Kerupuk Pedas Ibu Iyar merupakan usaha mikro karena hanya dijalankan satu orang atau secara mandiri yang dimana usaha mikro memiliki pendapatan bersih sampai puluhan juta rupiah.



Gambar 1.1 Lokasi Keripik Pedas Ibu Iyar

Sumber: Data Olahan 2025

UMKM Kerupuk Pedas Ibu Iyar yang berada di Jalan Putri Hijau KM 2, Sintong Bakti, Tanah Putih, Rokan Hilir, Riau ini memasarkan produk Keripik Pedas Ibu Iyar secara *offline* atau pemasaran dari mulut ke

mulut atau secara lisan kepada konsumen yang berhubungan dengan produk Kerupuk Pedas Ibu Iyar serta melakukan proses distribusi atau pemesanan masih secara manual dengan kata lain masih menggunakan metode pengantaran dari tiap-tiap warung yang berada di sekitar Desa Sintong Bakti. UMKM Keripik Pedas Ibu Iyar juga menjalin kerjasama dengan Politeknik Negeri Bengkalis dan Pertamina Hulu Rokan (PHR). Berikut ini adalah gambar produk yang dihasilkan oleh Keripik Pedas Ibu Iyar yang sudah berhasil dipasarkan dan sudah tersertifikasi halal.

No	Produk	Harga	Gambar Produk
1	Keripik Pedas	25 g = Rp. 1.000 250 g = Rp. 7.500 500 g = Rp. 15.000 1000 g = Rp. 30.000	
2	Keripik Original	25 g = Rp. 1.000 250 g = Rp. 7.500 500 g = Rp. 15.000 1000 g = Rp. 30.000	

Gambar 1.2 Produk Keripik Pedas Ibu Iyar

Sumber: Data Olahan 2025

Sistem pemasaran dengan cara promosi yang masih tradisional dan proses pemesanan produk kerupuk pedas ibu Iyar yang masih secara manual dengan melalui pengantaran atau pemasaran dari toko ke toko bahkan dari warung ke warung menyebabkan UMKM Keripik Pedas Ibu Iyar belum berkembang dengan baik, karena belum bisa memasarkan secara luas walaupun pemasarannya sudah ke beberapa desa di sekitarnya. Maka dari itu, penulis tertarik untuk menulis proposal proyek dengan judul **“Implementasi *Digital Marketing* Pada UMKM Keripik Pedas Ibu Iyar”**.

1.2 Identifikasi Proyek

Bagaimana Penerapan *Digital Marketing* Pada Usaha “Keripik Pedas Ibu Iyar”?

1.3 Tujuan Proyek

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi proyek yang telah dipaparkan, berikut adalah tujuan dari proyek yang akan dilakukan:

1. Untuk menganalisis bauran pemasaran pada usaha “Keripik Pedas Ibu Iyar” di Bengkulu.
2. Untuk menerapkan *digital marketing* yang tepat pada usaha “Keripik Pedas Ibu Iyar”.
3. Untuk menganalisis kendala dan solusi dalam pelaksanaan pada usaha “Keripik Pedas Ibu Iyar”.

1.4 Manfaat Proyek

Proyek akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Untuk meningkatkan ilmu pengetahuan mengenai dunia bisnis dan bisa menerapkan apa yang menjadi indikator penerapan tentang *digital marketing* terhadap pengembangan di usaha “Keripik Pedas Ibu Iyar” ketika terjun ke dunia bisnis atau berwirausaha.
2. Bagi Pelaku Usaha
Dapat dijadikan bahan masukan yang positif dan memahami lebih dalam tentang penerapan *digital marketing* dan memperkuat strategi pemasarannya.
3. Bagi Pihak Lain
Penulis berharap proyek ini dapat dijadikan sebagai salah satu acuan untuk pelaksanaan proyek dan dapat memberikan sumbangan berharga bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan untuk

melakukan penelitian dalam bidang yang sejenis, khususnya terkait *digital marketing* pada suatu usaha atau bisnis tertentu.

1.5 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Proyek

Tempat pelaksanaan proyek Penerapan *Digital Marketing* Terhadap Pengembangan Usaha “Keripik Pedas Ibu Iyar” Di Bengkalis, akan dilaksanakan di Jl. Putri Hijau, Sintong Bakti, Tanah Putih, Rokan Hilir, Riau. Dan waktu pelaksanaannya akan dilaksanakan selama satu bulan yaitu pada bulan Februari s/d Juni 2025.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Adapun sistematika penulisan laporan proyek penerapan *digital marketing* terhadap pengembangan usaha “Keripik Pedas Ibu Iyar” di Bengkalis yang disusun untuk memberikan gambaran umum tentang proyek yang dibuat adalah sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, identifikasi proyek, tujuan proyek, manfaat proyek, serta sistematika penulisan laporan proyek.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan tentang teori yang diperlukan untuk memperkuat alasan pembuatan proyek dan rancangan dari proyek yang akan dibahas yaitu penelitian terdahulu, Pemasaran, Bauran Pemasaran, STP, Analisis SWOT, Promosi dan *Digital Marketing*. Mengenai keberhasilan usaha “Keripik Pedas Ibu Iyar” yang berkaitan dengan topik yang akan digunakan sebagai acuan dalam melakukan pembahasan masalah.

BAB 3: METODE DAN PROSES PENYELESAIAN PROYEK

Pada bab ini menguraikan rencana persiapan proyek, rencana pelaksanaan proyek skripsi, rencana penyelesaian proyek, dan

rencana pelaporan proyek yang terdiri dari laporan pelaksanaan kegiatan proyek.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan profil usaha, sejarah usaha, tanggal berdiri, alamat pemilik usaha dan laporan hasil dan pembahasan proyek yang terdiri dari persiapan proyek, pelaksanaan proyek, penyelesaian proyek, pelaporan proyek, serta pelaporan keuangan pelaksanaan kegiatan proyek.

BAB 5: PENUTUP

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