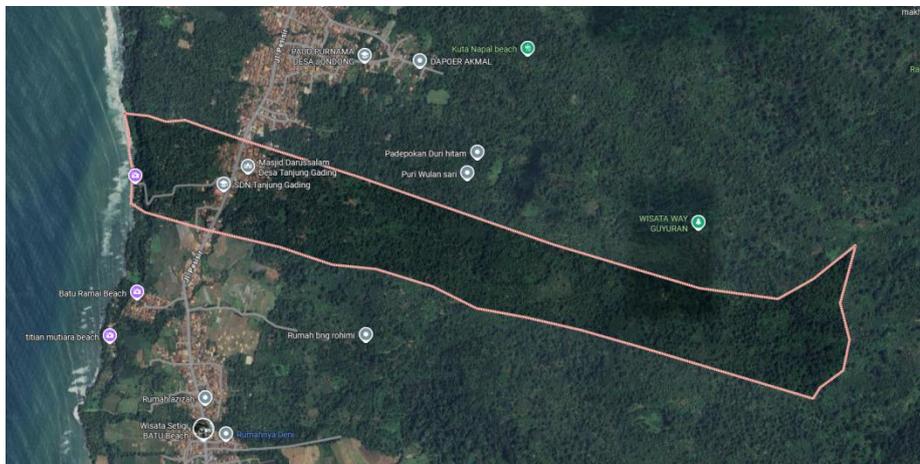


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM di Desa Tanjung Gading, yang terletak di Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Kalianda, memiliki potensi besar dalam memberikan kontribusi terhadap perekonomian lokal. Namun, banyak pengelola UMKM yang kesulitan dalam mengelola pemasaran online di era digital yang ada. Hal ini berdampak pada aktivitas penjualannya tidak berjalan optimal yang dihasilkan oleh UMKM. Pentingnya pemasaran online di era digital yang baik menjadi perhatian utama dalam rangka mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha UMKM. Dengan peningkatan kemampuan dalam pemasaran online di era digital, diharapkan UMKM dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, serta mampu bersaing, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing melalui promosi online yang lebih menarik dan konsisten (Mangold & Faulds, 2009; Purwana et al., 2017).



Gambar 1.1 Peta Desa Tanjung Gading

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Desa Tanjung Gading terletak di Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Kalianda, Provinsi Lampung. Desa ini memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, seperti pertanian, perikanan, dan kerajinan tangan. UMKM di desa ini sebagian besar bergerak di sektor kuliner dan kerajinan, dengan

produk yang memiliki potensi untuk berkembang di pasar lokal dan nasional.(Kementerian Koperasi dan UKM, 2021)

1.1.2 Profil BUMDES

BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) Tanjung Gading berfungsi untuk membantu pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui berbagai program usaha yang dikelola oleh pemerintah desa. BUMDES juga berperan dalam membina dan memberikan pelatihan kepada UMKM di desa ini.

1.1.3 Profil UMKM

Sebagian besar UMKM di Desa Tanjung Gading bergerak di sektor kuliner dan kerajinan. Meskipun memiliki produk yang berkualitas, banyak dari mereka yang belum optimal dalam pemasaran online di era digital, baik dalam hal pembuatan dan pengelolaan akun media sosial (Instagram, TikTok, dan Google My Business), desain branding produk (logo dan kemasan), serta penyusunan katalog digital.(Effendy & Arief, 2019)

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana mengelola pemasaran online di era digital dengan baik di UMKM Desa Tanjung Gading?

1. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam hal pemasaran online di era digital?
2. Bagaimana solusi yang tepat untuk mengoptimalkan pemasaran online di era digital di UMKM?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Meningkatkan pemahaman tentang pentingnya pemasaran online di era digital bagi pengelola UMKM.
2. Memberikan keterampilan praktis dalam mengelola pemasaran online di era digital di UMKM.
3. Menciptakan pemasaran online di era digital yang lebih profesional dan produktif di UMKM.

1.3.2 Manfaat

1. Meningkatkan kualitas produk dan layanan Pemasaran yang dihasilkan oleh UMKM.
2. Membantu menciptakan hubungan yang harmonis antara pengelola dan karyawan.
3. Meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal dan regional.

1.4 Mitra yang Terlibat

1. Seluruh Aparatur Desa Tanjung Gading.
Karang Taruna Desa Tanjung Gading (sebagai pendukung sosialisasi), BUMDes Tanjung Gading (penyedia fasilitas pelatihan), Dinas Pariwisata Lampung Selatan (promosi wisata digital), Komunitas UMKM Lampung (jejaring pemasaran digital).
2. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kalianda
3. Bapak Ali Nurdin, S. Si selaku Kepala Desa Tanjung Gading.