

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran digital adalah suatu bentuk usaha atau kegiatan yang dijalankan oleh tenaga pemasar, baik itu perusahaan maupun individu dalam rangka melakukan pemasaran sebuah produk atau merek, baik itu produk barang maupun produk jasa dengan melalui pemanfaatan teknologi informasi digital, seperti menggunakan media elektronik, maupun menggunakan media berbasis internet. (Septiano, 2017). Digital marketing yang berbasis media elektronik dapat menggunakan iklan di televisi maupun di radio, sedangkan yang berbasis pada media internet seperti pemasaran melalui media sosial maupun e-commerce. Perkembangan teknologi informasi dan pemasaran melalui digital marketing diramalkan akan menjadi titik perubahan teknik memasarkan suatu produk barang dari memasarkan secara konvensional beralih menggunakan pemasaran digital, bukan hanya pada elemen pemasaran melainkan akan berimbas kepada seluruh kegiatan bisnis secara keseluruhan baik itu sebuah bisnis yang sudah berskala besar dan nasional maupun bisnis perorangan yang mempunyai skala kecil.

Pelaku UMKM yang memanfaatkan digital marketing hanya perlu membuat penjelasan informasi mengenai produk barang atau produk jasa yang akan mereka tawarkan atau diperjualbelikan pada sosial media, website, e-commerce, dengan membuat sebuah iklan yang menarik dengan kata-kata yang baik dan jelas agar menimbulkan impulse buying atau pembelian secara mendadak dari para pengguna internet (netizen) yang melihat secara tidak sengaja. Pada masa sekarang, media sosial telah menjadi suatu alat penting untuk menghubungkan teman dan kerabat, atau dengan slogannya yang terkenal yaitu connecting people di berbagai belahan bumi manapun, masyarakat mudah menggunakan sosial media untuk menghubungkan dan membagi berbagai konten, baik itu video, foto, maupun artikel kepada para kolega dan teman melalui berbagai platform sosial media (Ahmad, Musa, & Harun, 2016).

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Sejak berdirinya Desa Margo Mulyo ada 4 kepala Desa yang memimpin desa, mulai dari nama dan sesuai regulasi terbaru di wilayah Kabupaten Lampung Selatan dengan sebutan Kepala Desa. Secara cluster Badan Pusat Statistik Kab.Lampung Selatan, Desa Margo Mulyo termasuk dalam Cluster perdesaan, letak Desa Margo Mulyo sangat strategis, termasuk salah satu wilayah yang berada dalam pemerintahan Kecamatan Jati Agung. Letak Desa Margo Mulyo yang berbatasan dengan:

Sebelah timur : Sidodadi Asri

Sebelah I (Satu) : Margorejo

Sebelah IV (Empat) : Lematang

Sebelah utara : Kota Baru

Desa Margo Mulyo secara administrasi terbagi menjadi enam Dusun yakni: Dusun I, Dusun II, Dusun III, Dusun IV, Dusun V, dan Dusun VI dengan batas sebagai berikut: Sebelah Utara berbatasan dengan Desa, Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Sidodadi Asri, Sebelah IV (Empat) Desa Lematang, Sebelah I (Satu) Desa Margorejo. Secara keseluruhan luas desa Margo Mulyo adalah $\pm 702 \text{ km}^2$.

Berdasarkan data AKP (Analisa Kependudukan Partisipatif) Pada tahun 2022 jumlah Penduduk Desa Margo Mulyo, berjenis Kelamin Laki laki = 1.445 Jiwa, berjenis Kelamin Perempuan = 1.401 Jiwa. Data ini akan selalu berubah setiap tahun karena pendataan/updating akan dilaksanakan setiap 1 (satu) tahun, semua kegiatan ini dilaksanakan oleh seluruh RT/RW yang ada di Desa Margo Mulyo.

Desa Margo Mulyo mempunyai Potensi ekonomi sangat besar, meskipun kondisi ekonomi masyarakat Desa Margo Mulyo tidaklah sama, secara potensi ekonomi Desa Margo Mulyo terbagi menjadi 3 wilayah besar, tentunya karena terbagi menjadi 3 wilayah besar potensi ekonomi sangatlah berbeda, sebagian besar bergerak di sektor pertanian, UMKM dll.

1.1.2 Profil UMKM

UMKM Bu Ros berdiri sejak tahun 2014 dimana usaha tersebut merupakan usaha yang dirintis oleh Ibu Rusiem sendiri, alasan mendirikan UMKM ini yaitu permasalahan terhadap rendahnya harga jual pisang sehingga memiliki ide untuk membuat olahan dari pisang yang memiliki harga jual lebih tinggi dan dibuatlah salai pisang untuk bakpao sendiri karena rasa penasaran terhadap cara membuat bakpao sehingga muncullah ide untuk membuat bakpao dan mulai memproduksi untuk dipasarkan hingga saat ini.

Permasalahan yang dimiliki oleh UMKM Bu Ros adalah dalam pengemasan dan pemasaran, seperti kemasan yang masih menggunakan kantong plastik serta belum adanya logo dan pemasaran masih dititipkan ke tukang sayur keliling. Dalam usahanya ibu Rusiem memperoleh bahan baku pisang dari petani serta kebun milik pribadi yang nantinya di olah menjadi salai pisang dan untuk bakpao bahan baku di dapatkan dari pasar swalayan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara meribrending suatu UMKM?
2. Bagaimana cara meningkatkan penjualan melalui media sosial?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Memanfaatkan teknologi dalam bidang digital marketing guna meningkatkan penjualan produk serta melebarkan pangsa pasar yang lebih luas lagi melalui media sosial.

1.3.2 Manfaat bagi penulis

1. Penulis mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliaan di masyarakat.
2. Penulis mendapatkan pemaknaan mengenai ilmu yang telah didapat selama perkuliahan.

1.3.3 Manfaat bagi IIB Darmajaya

1. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya Desa Margo Mulyo.
2. Bisa menjadi media promosi bagi IIB Darmajaya khususnya di desaPKPM berlangsung.

1.4 Mitra yang terlibat

1. Bapak Susanto selaku Kepala Desa Margo Mulyo
2. Ibu Rusiem selaku pemilik UMKM Bu Ros
3. Masyarakat Desa Margo Mulyo