

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan teknologi tren dunia bisnis semakin bervariasi salah satunya adalah tren Digital Marketing yang hanya bermodalakan internet kita sudah bisa mengembangkan bisnis yang kita jalani dengan sangat mudah, perkembangan penggunaan internet sebagai sarana pemasaran ataupun promosi semakin banyak di pakai salah satunya untuk pelaku usaha bisnis, Digital Marketing pada saat ini menjadi Strategi cerdas yang di gunakan oleh seluruh sektor bisnis untuk tetap memberikan informasi terbaru mengenai produk yang di pasarkan dan tetap terkoneksi fdengan pelanggan selain sangat praktis aksesnya pun sangat mudah hanya dengan menggunakan smartphone sudah bisa mengembangkan bisnis yang kita jalankan.

Digital marketing atau *internet marketing* adalah penggunaan data dan aplikasi elektronik untuk perencanaan dan pelaksanaan konsep, distribusi, promosi, dan penetapan harga untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi (Untari & Fajariana, 2018).

Pada saat ini penerapan digital marketing juga merupakan salah satu strategi komunikasi pemasaran dalam pelaku bisnis, Komunikasi pemasaran adalah suatu bentuk komunikasi yang bertujuan dalam meningkatkan strategi pemasaran dan aplikasi komunikasinya ditujukan untuk mendapat dukungan dari kegiatan pemasaran pada suatu perusahaan. Selain itu, kegiatan komunikasi pemasaran juga merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan, menjalin, atau menciptakan interaksi antara perusahaan, pelaku bisnis dan mitra bisnis maupun konsumen, dan perusahaan berusaha untuk mengkomunikasikan sebuah bisnis, termasuk produk, dan layanan yang menjadi mitra bisnis, pemasok, dan konsumen. Strategi komunikasi pemasaran dalam kegiatan pemasaran terhadap sebuah produk atau barang harus dapat memuaskan tujuan pemasaran yaitu pelanggan.

Fenomena yang terjadi berdasarkan dari analisis peneliti bahwa pengaruh digital marketing menggunakan media sosial sangatlah berkembang pesat salah satunya sebagai sarana promosi/pemasaran di bidang bisnis khususnya UMKM yang bergerak di bidang kuliner yang diantaranya adalah penghemat biaya promosi, menjangkau pasar yang lebih luas, dan menjadi sarana penghubung yang baik terhadap konsumen.

Media lain yang juga seringkali digunakan dalam digital marketing adalah media sosial, salah satunya Instagram, Instagram memudahkan seorang pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut. Dengan fitur ini, perusahaan dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis (NAIMAH et al., 2020).

UMKM merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah yang mana usaha tersebut merupakan salah satu program pemerintah yang dapat mengatasi gejolak pertumbuhan ekonomi. Akan tetapi dengan eksistensinya UMKM hingga saat ini, rupanya masih banyak hambatan-hambatan yang di alami para pelaku UMKM terutama dalam segi pemasaran. Strategi pemasaran yang di gunakan tidak dapat menembus pasar yang saat ini persaingannya semakin kompleks. Maka dari itu ada beberapa strategi pemasaran yang dapat di lakukan oleh para pelaku UMKM diantaranya mengetahui segmentasi pasar yang terdiri dari segmentasi geografi, demografi, dan psikografi (Ambar & Sari, 2021).

Di era digital ini, para pelaku UMKM harusnya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu alat yang bisa digunakan untuk memasarkan produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan ecommerce-nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut.

Jember adalah salah satu Kota di Jawa Timur yang pertumbuhan ekonominya cukup pesat, hal ini di tumpang oleh banyaknya perguruan tinggi negeri maupun swasta yang tumbuh dan berkembang di Kabupaten Jember, yang mengakibatkan timbulnya usaha-usaha baru di berbagai bidang salah satunya di bidang kuliner. Banyaknya usaha kuliner di Kabupaten Jember menimbulkan persaingan yang cukup ketat, berbagai strategi terkait upaya mendatangkan pengunjung dilakukan oleh pelaku UMKM di bidang kuliner.

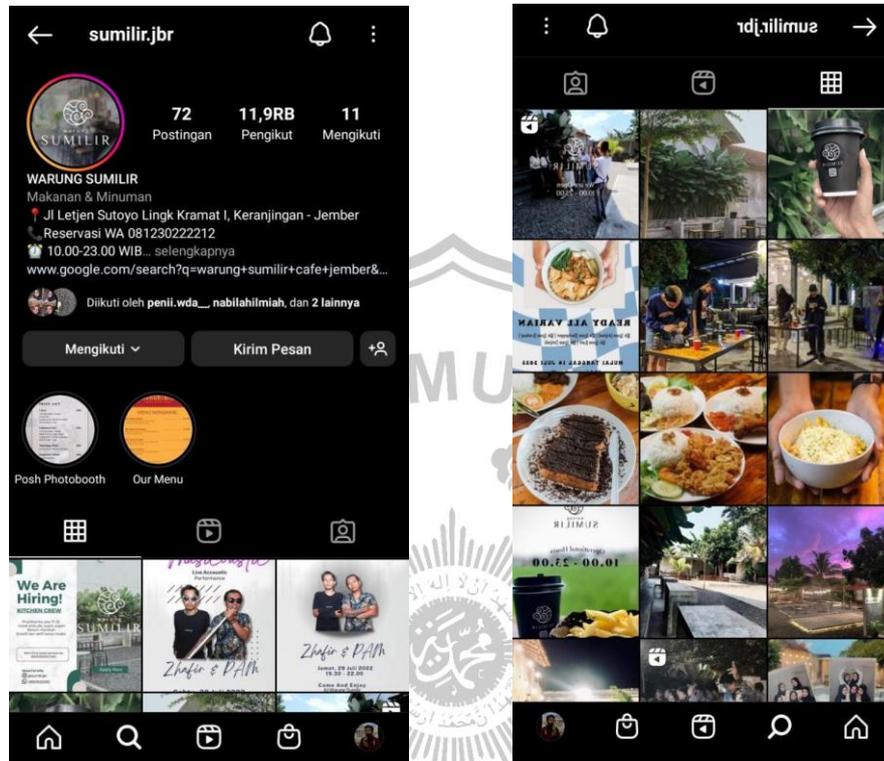
Seperti yang dinyatakan oleh Rob Stokes (2008:30-31) bahwa dalam menjalankan komunikasi pemasaran digital, marketer harus memiliki taktik sehingga menghasilkan dampak (*impact*) yang efektif dan maksimal terhadap penjualan produk. Beberapa taktik tersebut antara lain taktik dalam pengelolaan media sosial. Rob Stokes mengatakan bahwa taktik dalam media sosial *also known as consumer-generated media, is media (in the form of text, visuals and audio) created to be shared. It has changed the face of marketing by allowing collaboration and connection in a way that no other channel has been able to offer.* Sementara itu, Rob Stokes melanjutkan bahwa ada outcome khusus dari taktik dalam media sosial yaitu *branding, values creation, and participation.*

Warung Sumilir salah satu UMKM yang bergerak di bidang usaha kuliner yang cukup di kenal di Kabupaten Jember terutama di kalangan remaja, warung sumilir yang Berlokasi di Jl Letjen Sutoyo Lingkungan Kramat 1 Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. UMKM ini masih berada di kawasan sekitar kampus sehingga menjadi salah satu pilihan mahasiswa karena tempatnya yang strategis dan nyaman untuk sekedar kulineran ataupun nongkrong karena dari pihak manajemen Warung Sumilir juga menyediakan live musik setiap hari cocok sekali untuk melepas penat setelah selesai berkegiatan.

Untuk menjalankan usahanya manajemen Warung Sumilir menerapkan digital marketing dalam hal ini warung sumilir memasarkan produknya melalui media sosial Instagram, Instagram adalah Media sosial yang paling banyak di gunakan oleh manajemen Warung Sumilir karena dapat di lihat dari medsos Instagram Warung Sumilir yang memiliki Pengikut aktif sebanyak 11,9 ribu pengikut, maka dari itu Warung Sumilir menggunakan media sosial sebagai jurus jitu untuk menerapkan strateginya karena dapat di lihat media sosial

Instagram Warung Sumilir memiliki pengikut yang tidak sedikit karena itu pelanggan dari Warung Sumilir rata-rata mengetahui informasi terkait Produk yang di pasarkan melalui media sosial Instagram Warung Sumilir.

Gambar 1 Media Sosial Instagram UMKM Warung Sumilir



(Sumber: Instagram Warung Sumilir)

penggunaan media sosial sendiri sudah menjadi kebiasaan yang sangat signifikan dikalangan masyarakat entah itu masyarakat kelas atas ataupun kelas bawah sekalipun, pesatnya perkembangan media sosial ini menjadikan salah satu alat promosi yang cukup banyak di pakai oleh para pelaku bisnis khususnya di Kabupaten Jember sendiri.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan di mana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skopnya penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya

"bisnis pertelevisian." Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa.

Adapun UMKM yang bergerak di bidang kuliner yaitu Warung Sumilir yaitu bisnis kuliner yang menyediakan makanan dan minuman yang beragam, UMKM ini sudah berdiri kurang lebih 2 tahun yang berlokasi di Jl Letjen Sutoyo lingkungan keramat 1 Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember, dengan target pasar yaitu remaja yang sangat aktif dengan media sosialnya, manajemen Warung Sumilir memilih media sosial instagram untuk strategi pemasarannya. Latar belakang berdirinya UMKM Warung Sumilir yaitu berawal dari Janistya Dido Pranata owner dari Warung Sumilir beliau memiliki adik yang memiliki hobi memasak, untuk mengembangkan hobi adiknya yakni Dhea yang sekarang menjadi maneger di Warung Sumilir berinisiatif untuk membuka UMKM yang bergerak di bidang kuliner dengan memanfaatkan lahan kosong yang ada di sebelah rumah dengan tujuan mengembangkan hobi adiknya dan juga membuka lapangan kerja.

Dampak dari pemanfaatan Digital Marketing Instagram yang di lakukan oleh manajemen Warung Sumilir adalah mengenai informasi produk yang terus di promosikan secara signifikan dan dapat di pantau dengan baik berdasarkan uraian di atas penulis tertarik dalam melakukan penelitian untuk melihat bentuk dari digital marketing instagram sebagai strategi pemasaran UMKM Warung Sumilir di Kabupaten Jember. Dengan demikian judul penelitian ini adalah **“Penerapan Digital Marketing Instagram Sebagai Strategi Pemasaran UMKM “Warung Sumilir” Kabupaten Jember.**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan Digital Marketing Instagram Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Warung Sumilir ?
2. Apa saja faktor pendukung dari penerapan digital marketing UMKM Warung Sumilir?
3. Apa saja hambatan dari Penerapan Digital Marketing Instagram Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Warung Sumilir ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Penerapan Digital Marketing Instagram Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Warung Sumilir.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dari penerapan digital marketing UMKM Warung Sumilir.
3. Untuk mengetahui hambatan Dari Penerapan Digital Marketing Instagram Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Warung Sumilir.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk mengetahui bagaimana penerapan digital Marketing dalam strategi pemasaran UMKM, dan juga sebagai tambahan referensi serta pengembangan penelitian dalam proses pembelajaran mengenai Penerapan Digital Marketing Instagram Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Warung Sumilir..

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat Bermanfaat bagi informan yaitu menambah informasi tentang Digital Marketing dalam menciptakan pangsa pasar yang sesuai ekpektasi.