

**IMPLEMENTASI PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI SARANA
PENGEMBANGAN BISNIS UMKM UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UNGGULAN
DAERAH**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya Manajemen (AMd.M)
Pada Program Studi Manajemen Pemasaran

Oleh

Selvira Pingkan Moningka

NIM : 19052015



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PRODI MANAJEMEN PEMASARAN
TAHUN 2022**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR KEASLIAN TUGAS AKHIR	v
BIOGRAFI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Lingkup Penelitian.....	4
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran Digital Marketing	6
2.1.1. Pengertian Digital Marketing dan Landasan Teori....	6
2.1.2. Manfaat Digital Marketing	7
2.1.3. Dimensi Digital Marketing	10
2.2. Pengertian Bisnis UMKM	11
2.2.1 Pengertian UMKM Menurut Para Ahli	11
2.2.2 Pertumbuhan Ekonomi UMKM	12

	2.2.3 Kemajuan Ekonomi dalam Pengembangan Bisnis UMKM	12
	2.3. Produk Unggulan Daerah	13
	2.3.1 Produk Minuman Berbahan dasar Nira Aren	14
BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1. Jenis Penelitian.....	16
	3.2. Lokasi Penelitian.....	16
	3.3. Metode Pengumpulan Data	17
	3.4. Penyajian Data	18
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Hasil Penelitian	19
	4.1.1. Gambaran Umum Penelitian.....	19
	4.1.2. Hasil Data Deskriptif Penelitian	20
	4.2. Hasil Pembahasan	21
	4.2.1. Konsep Digital Marketing	22
	4.2.2. Pengembangan Produksi UMKM.....	22
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1. Kesimpulan	27
	5.2. Saran.....	27
	DAFTAR PUSTAKA	28

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mengingat kemajuan zaman serta persaingan di dunia industri yang semakin ketat, pembatasan mobilisasi massa menjadi penghambat sejumlah aktivitas ekonomi potensial seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), tetapi pertumbuhan ekonomi masih dapat ditopang oleh pengembangan atau bagaimana cara mengembangkan suatu bisnis UMKM disaat ini. Pengembangan UMKM perlu dioptimalkan, dengan keberadaan UMKM memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi negara, UMKM juga dapat mengurangi angka pengangguran yang ada di Indonesia..

Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki aneka produk unggulan baik dalam tingkatan desa, kecamatan, kabupaten maupun provinsi atau lebih dikenal dengan sebutan produk unggulan daerah. Menurut Cahyana Ahmadjayadi (2001), Produk Unggulan Daerah (PUD) adalah produk daerah yang memiliki ciri khas dan keunikan yang tidak dimiliki daerah lain serta berdaya saing handal dan dapat memberikan peluang kesempatan kerja kepada masyarakat lokal. Provinsi Sulawesi Utara selain dikenal sebagai salah satu penghasil komoditi kelapa dan cengkeh terbesar di Indonesia, sektor perkebunan daerah Sulawesi Utara juga dikenal memiliki komoditi spesifik daerah yaitu aren (*Arenga Pinnata*)

yang potensial untuk dilestarikan dan ditingkatkan oleh industri kecil atau UMKM

Pemanfaatan dan kegunaan pohon aren sangat beragam karena semua bagian pohon yakni akar, batang, ijuk, daun, buah bahkan air nira dapat diolah dan bernilai ekonomis. Air nira yang berasal dari pohon aren menjadi bahan baku utama pembuatan produk gula merah, gula semut, kolang kaling, tepung aren (sagu), cuka, cap tikus (minuman alkohol tradisional), dan juga tuak (saguer). Selain itu pemanfaatan dari nira air ini juga dapat diolah untuk menghasilkan gula, baik gula cetak, gula semut dan gula cair. Produk fermentasi dari nira aren adalah arak, cuka, alkohol dan nata pinnata digunakan sebagai bahan pengembangan adonan roti atau cake.

Dalam penelitian ini, untuk mendukung upaya pengembangan bisnis UMKM produk minuman berbahan dasar nira aren yang akan membuat desain dan mengimplementasikan pemasaran digital sebagai sarana pengembangan bisnis UMKM sebagai produk unggulan daerah. Digital Marketing yang akan digunakan untuk mengembangkan bisnis UMKM saat ini adalah menggunakan aplikasi Facebook, WhatsApp, Email, Instagram, serta Website yang akan digunakan untuk mengakses penjualan dari UMKM. Adapun mitra UMKM yang dipilih untuk mendukung konsep penelitian dan dijadikan sebagai sampel penelitian adalah UMKM AUSI yang di produksi oleh *Kertina's Home Industry* dengan salah satu produknya yaitu minuman perjamuan dengan merek dagang 'KELUARGA' yang berlokasi di Kota Manado dan kelompok usaha aren "Ongon Jaya" di

Desa Pangu, Kecamatan Ratahan Timur, Kabupaten Minahasa Tenggara. Pemilihan dua target mitra didasarkan oleh adanya keterkaitan erat dengan hasil produksi yang akan dihasilkan yaitu minuman perjamuan yang berpotensi menjadi produk unggulan daerah, dimana minuman perjamuan yang diolah oleh kelompok usaha “*Kertina’s Home Industry*” menggunakan bahan dasar yang diperoleh dari hasil olahan air nira tanaman aren yang dikelola oleh kelompok usaha aren di Desa Pangu. Penelitian ini akan membuat desain dan implementasi pengembangan teknologi Digital Marketing produk unggulan daerah minuman berbahan dasar nira aren dalam rangka pengembangan daya saing penjualan, layanan, dan merek UMKM yang ramah lingkungan.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penelitian di dapatkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pemanfaatan produk unggulan daerah sebagai kegiatan memasarkan produk UMKM bisa menggunakan media digital marketing.
2. Masih banyak UMKM yang belum mengatasi keterbatasan kemampuan dalam pengelolaan transformasi ke teknologi digital.
3. Masih banyak UMKM yang belum melibatkan tenaga profesional dan praktisi pada bidang Digital Marketing

1.3. Batasan Lingkup Penelitian

Batasan lingkup dalam penelitian ini untuk mendukung upaya pengembangan bisnis produk minuman berbahan dasar Nira Aren dengan menggunakan Digital Marketing. Aplikasi digital marketing sangat praktis akan membantu secara esensial kepada usaha perkembangan produk berbahan dasar nira aren. Pengusahaan produk ini biasanya digunakan dalam event gereja seperti perjamuan atau dijadikan sebagai souvenir. Penelitian ini dibuat untuk mengembangkan peningkatan penjualan dari produk berbahan dasar Nira Aren.

Pengembangan menggunakan digital marketing bisa membuat produk ini mengalami peningkatan penjualan. Dengan peningkatan penjualan yang dilakukan menggunakan digital marketing maka akan didapatkan peningkatan produksi dari produk minuman berbahan dasar Nira Aren. Setelah peningkatan penjualan maka bahan baku nira aren bisa adanya peningkatan produksi pembuatan langsung dari kelompok usaha aren. Maka dari itu untuk Ongon Jaya dapat difokuskan pada manajemen pengolahan yang mereka lakukan seperti memproduksi bahan baku Nira Aren, dan untuk UMKM *Kertina's Home Industry* kita dapat mengambil dari sisi pengemasan, pengembangan produksi lewat media sosial serta pemaparan produk langsung ke masyarakat.

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimanakah Implementasi pemasaran digital sebagai sarana pengembangan bisnis UMKM untuk meningkatkan penjualan produk unggulan daerah?” Dengan mengambil sampel penelitian pada UMKM *Kertina's Home Industry* sebagai produsen produk.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari Penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui Implementasi pemasaran digital sebagai sarana pengembangan bisnis UMKM untuk meningkatkan penjualan produk unggulan daerah berbahan dasar Nira Aren.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Untuk mengembangkan pemasaran digital sebagai sarana dari bisnis UMKM *Kertina's Home Industry* dan meningkatkan produsen utama bahan dasar Nira Aren dari kelompok usaha Ongon Jaya.
2. Untuk meningkatkan Implementasi penjualan pada UMKM *Kertina's Home Industry* serta meningkatkan keahlian dibidang perguruan tinggi termasuk sesuai bidang ilmu yang ditekuni;
3. Untuk meningkatkan kerja sama penelitian dalam pengembangan usaha dan industri.