

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan usaha kecil sebagai bagian dari pelaku usaha di Indonesia semakin eksis dengan diterbitkannya Undang-undang No 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil (UUUK). Arti pentingnya usaha kecil dalam dunia usaha tercermin dari dasar pertimbangan dikeluarkannya UUUK bahwa dalam pembangunan nasional, Usaha kecil sebagai bagian dari Integral Dunia usaha yang merupakan kegiatan ekonomi rakyat mempunyai kedudukan.¹

Fokus utama bisnis bukan saja mengenai produk. Kita memang mempunyai produk/jasa, tetapi jika tidak melakukan usaha untuk menjual, akan menjadi percuma. Bisnis adalah kegiatan jual beli. Kita yang menjual dan konsumen yang membeli, namun jika kita tidak menawarkan, maka konsumen tidak akan membeli. Penawaran tersebut dapat dilakukan dengan cara pasif maupun aktif.² Maka marketing atau pemasaran merupakan aktivitas, yang diatur dalam sebuah lembaga dan terjadinya proses menciptakan, mengkomunikasikan, memberikan, dan menukar penawaran yang memberikan nilai untuk pelanggan, klien, rekan, dan masyarakat pada umumnya.³

Seiring berjalannya waktu, ilmu pengetahuan semakin berkembang dari masa ke masa. Perkembangan ilmu pengetahuan ini mendukung untuk terciptanya teknologi-teknologi baru yang menandai adanya perkembangan

¹ Lathifah Hanim, Buku UMKM dan Bentuk-Bentuk usaha, (Semarang: UNISSULA PRESS, 2018), hal.2

² Fahmi Nurul Akbar, *Buku Komunikasi Penjual Kreatif*, (Jakarta: Progressio, 2016), hal.22

³ Kudril Hamdilah, Andi Alatas, Roni JarlisFahmi Nurul, *Bauran Pemasaran 4p Sayuran Secara Hidroponik*, Jurnal Agriness, Vol. 1 No. 1 (Padang:2023) hal. 5-6

zaman. Hingga kini teknologi yang berkembang sudah memasuki tahap digital. Termasuk di Indonesia setiap bidang sudah memasuki media teknologi untuk memudahkan pekerjaan termasuk di bidang bisnis.⁴ Banyak dari kegiatan bisnis mulai yang kecil hingga yang besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usaha. Dengan adanya perkembangan teknologi yang baik maka dapat dipastikan akan mempermudah sistem perdagangan/jual beli modern, bahkan hingga saat ini banyak sekali masyarakat mulai dari kalangan menengah ke bawah hingga menengah ke atas sudah mengenal Marketing berbasis digital. Adanya strategi pemasaran dan media promosi yang tepat dapat digunakan untuk meraih pasar yang di tuju, sehingga volume penjualan dapat meningkat secara signifikan.

Hingga saat ini konsep kewirausahaan masih terus berkembang, kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna untuk dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarya dan bersahaja dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya.⁵ Salah satu bisnis yang sekarang tengah *hits* adalah *online shop*. Dalam hal ini *online shop* adalah salah satu cara berjualan dengan memanfaatkan internet.⁶ Berdasarkan hal ini, banyak pelaku usaha yang memanfaatkan perkembangan teknologi melalui *digital marketing*.

Digital marketing merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini banyak di minati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan, sehingga saat ini sedikit demi sedikit dari mereka banyak yang meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional dan beralih

⁴ Sudarsi Lestary, *Peran Teknologi Dalam Pendidikan Di Era Globalisasi*, Jurnal Pendidikan Agama Islam, Vol.2, No 2, (Banyuwangi: 2018), Hal.95.

⁵ Agung Kuswantoro, *Buku Teaching Factory Rencana Dan Nilai Enterprenership*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal.35

⁶ Damaya, *buku Super Student Preneur*, (Yogyakarta: Laksana, 2018), hal.26

ke pemasaran modern yaitu digital marketing.⁷ Melalui digital marketing baik komunikasi dan transaksi dapat di lakukan setiap waktu dalam keadaan apapun dan bisa mengglobal atau mendunia. Meningkatnya jumlah pengguna media sosial yang semakin hari semakin bertambah dapat membuka peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan pasarnya dengan menggunakan *smartphone* atau gadget.

Menurut kementrian Menteri negara Koperasi Dan usaha kecil menengah (Menengkop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan usaha kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak sebesar Rp. 200.000.000;. tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000;. sementara itu, usaha menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 s.d Rp. 10.000.000.000; tidak termasuk tanah dan bangunan.⁸

Dengan banyaknya peluang dan perkembangan teknologi yang begitu pesat, banyak pelaku UMKM di kabupaten serang yang telah memanfaatkan sistem digital marketing dalam kegiatan usahanya. UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam perputaran pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. UMKM juga berpera penting demi mengalahkan masalah pengangguran. Pengembangan usaha mikro telah menjadikanya sumber pengembanagan dalam bisnis dan kesempatan kerja.⁹

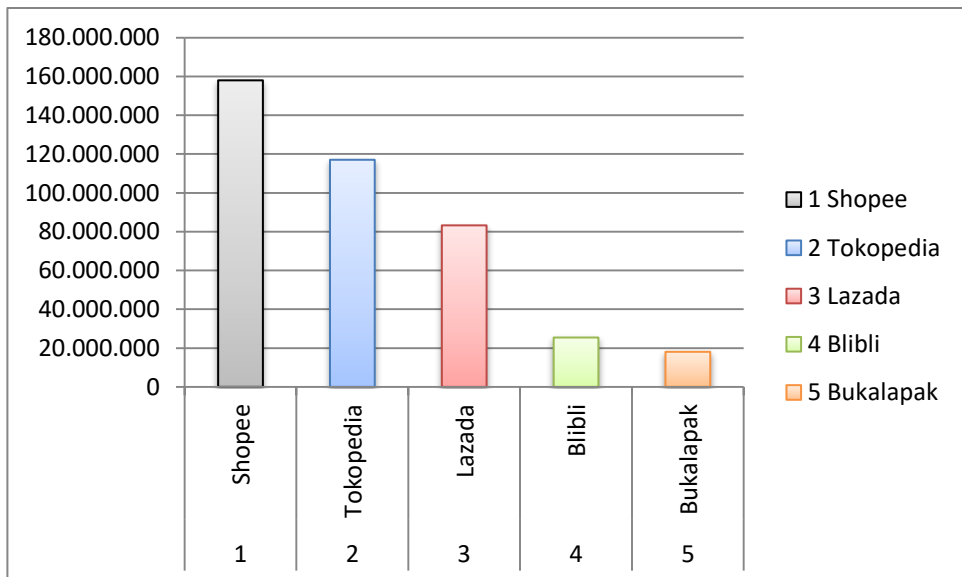
⁷ Mohammad Trio Febriyanto, *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*, Jurnal Manajemen Dewantara, Vol.1, No 2, (Universitas Universal: 2018), Hal.63.

⁸ Nurmalia Hasanah, *Buku Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*, (Ponorogo:Uais Inspirasi Indonesia.2020), hal.13

⁹ Nidaul Husna, *Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*, (Banda Aceh: Skripsi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2022), hal.1

Berdasarkan data yang di dapat dari dinkopukm.bantenprov.go.id yaitu data pendataan lengkap koperasi dan UMKM (PL KUMKM), dari total keseluruhan jumlah pelaku UMKM yang terdaftar pada PL KUMKM provinsi Banten adalah sekitar 321,319, dengan jumlah pelaku UMKM yang cukup besar di kabupaten serang sebesar 48,050. Maka perlunya pelaku UMKM terus mengembangkan dan mempromosikan usahanya, salah satunya dengan menggunakan media internet. Dengan penggunaan internet (digital marketing) para UMKM dapat mempromosikan produknya dengan mudah secara menyeluruh dan mengglobal.¹⁰

Tabel 1. 1 Nilai/Rata-Rata Kunjungan Situs Per Bulan



Sumber:katadata.co.id

¹⁰Admin_dinkopukm, “Pendataan Lengkap koperasi Dan UMKM (PLKUMKM),” 2022, [content://com.whatsapp.provider.media/item/2f039a24-6410-4edf-ae9c-2455c78b11db](https://com.whatsapp.provider.media/item/2f039a24-6410-4edf-ae9c-2455c78b11db) (Diakses Pada 16 Maret 2023 Pukul 09.00).

Berdasarkan data yang didapatkan melalui katadata maka kunjungan situs terbanyak yaitu ditempati oleh Shopee dengan 157 Juta, nilai ini jelas melampaui kunjungan situs yang lain seperti Tokopedia yang mendapatkan kunjungan situs 117 juta per bulan dan Lazada 83 Juta perbulan, selanjutnya terdapat Blibli dan Bukalapak diposisi 4 dan 5 dengan masing-masing memiliki nilai 25 juta dan 18 juta perbulan. Data di atas merupakan data kunjungan situs per bulan pada kuartal ke-1 pada tahun 2023. ¹¹ Hal ini menjelaskan bahwa potensi belanja online dan pengguna internet sebagai media untuk mempromosikan usaha cukup berkembang di Indonesia.

Indonesia ditargetkan menjadi salah satu pemain utama ekonomi digital karena pertumbuhan ekonominya yang tersebar di asia tenggara. Kesempatan ini membuka peluang besar bagi pengusaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Indonesia untuk dapat bertumbuh di lingkup yang lebih luas. Dalam ekonomi nasional, UMKM di Indonesia memiliki peran signifikan dengan jumlahnya saat ini mencapai 64,2 juta usaha dan berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp.8,6T. Sekalipun UMKM memiliki potensi besar, nyatanya para pelaku UMKM saat ini masih menghadapi tantangan, seperti keterbatasan akses untuk go-digital, akses perluasan pasar keterbatasan sumberdaya dan pengetahuan bisnis dalam memanfaatkan platform digital.¹²

Sementara itu penelitian ini lebih mengacu pada peranan digital marketing dalam meningkatkan pendapatan UMKM yang di tinjau pada pelaku UMKM produk halal di kabupaten serang. Jenis produk yang banyak ditawarkan oleh pelaku UMKM produk halal diantaranya makanan, minuman, kosmetik, dan masi banyak lainnya. Dalam Islam, pada dasarnya

¹¹ Katadata.co.id, "5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023," 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023> (Diakses Pada 17 Desember 2023 Pukul 05.15).

¹² Tirta Segara, buku Pintar Finansial Pengelolaan Keuangan Untuk UMKM, (Jakarta:Finansiap. 2023), hal. 4

semua makanan dan minuman yang ada di mukabumi ini boleh di konsumsi manusia kecuali beberapa makanan/minuman yang haram dan dilarang oleh syariat Islam hingga ada dalil dari Al-Qur'an dan Ass-Sunnah yang tegas menyatakan megenai halal/haramnya suatu makanan/minuman yang menjadi pegangan bagi Muslim untuk berhati-hati dalam memilih makanan/minumanya.¹³ Telah di jelaskan bahwa digital marketing memiliki peran penting dalam peningkatan pendapatan UMKM, Provinsi Banten juga turut dalam memberikan pelatihan untuk perkembangan dan pertumbuhan UMKM di Kabupaten serang, upaya tersebut dilakukan untuk memberikan peningkatan literasi pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital agar dapat bersaing di dunia bisnis. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “peran Digital Marketing Pada peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Produk Halal (Studi Pada pelaku UMKM di Kabupaten Serang)”.

B. Identifikasi masalah

Identifikasi permasalahan dalam profosal ini, antarlain:

1. Mengetahui peningkatan UMKM di Kabupaten serang sebelum dan sesudah menggunakan digital marketing
2. Digital marketing menjadi faktor utama peningkatan penjualan pada pelaku UMKM
3. Timbulnya masalah kesulitan masyarakat untuk mengikuti perkembangan teknologi internet dan
4. Analisis produk halal yang dipasarkan oleh pelaku UMKM

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini diperlukan fokus penelitian dan pembatasan permasalahan. Meskipun peningkatan perekonomian pelaku UMKM di

¹³ Budi Prianto, *Buku Peluang Usaha Produk Halal Di Pasar Global*,(Jakarta: LIPPI Press,2014), hal. 93

Provinsi Banten sudah tercatat dengan baik, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauhmana peran Digital Marketing dalam peningkatan perekonomian pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kabupaten serang yang menjual produk halal. nantinya akan dilakukan penelitian pada 3 pelaku usaha yang berada di kabupaten serang sebagai informan. Sudah diketahui melalui dinkopukm.bantenprov.go.id kabupaten serang mempunyai UMKM sejumlah 48.050 pelaku usaha.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana peran digital marketing pada peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Serang?
2. Bagaimana kendala dan manfaat penerapan digital marketing bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Serang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian yang akan di capai yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa peran dari digital marketing pada peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Serang.
2. Untuk memahami kendala dan manfaat penerapan digital marketing bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Serang.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak berikut :

1. Bagi Diri Sendiri

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pengalaman tentang perkembangan digital di era modern dan seberapa besar pengaruh dari adanya sistem digital marketing untuk pelaku UMKM terhadap kesejahteraan pelaku usaha. bisa menjadi media terapan dan di praktekan dalam kehidupan praktis.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk dijadikan informasi, bahan kepustakaan dan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam penyusunan skripsi.

3. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan dalam menebarkan kebermanfaatan lebih luas lagi agar semakin banyaknya para pelaku usaha yang merasakan dampak positifnya dari digital marketing yang semakin berkembang saat ini, dan harapannya semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi pelaku usaha dan konsumen.

G. Metode penelitian

Dalam proposal skripsi ini, Penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer kemudian data diolah dengan teknik induktif.
2. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkenan dengan objek kajian, perlu ditempuh cara-cara berikut ini:

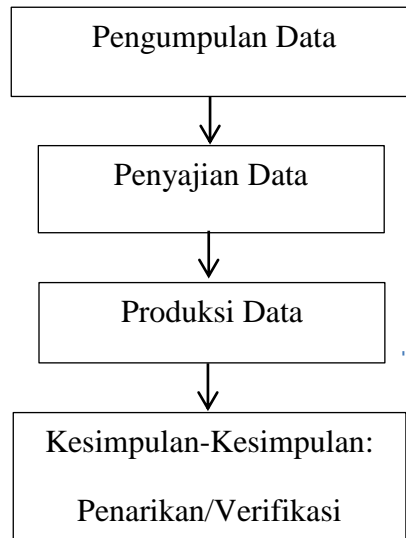
- a. Melakukan pengamatan (observasi) terhadap pelaku UMKM produk halal yang menggunakan digital marketing di Kabupaten serang.
- b. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, catatan, laporan, gambar atau foto bahan statistik dan lain sebagainya. Dokumentasi pada penelitian ini diperoleh dari data-data dan profil pelaku UMKM produk halal yang telah dilakukan penelitian.
- c. Wawancara, yaitu dengan mewawancarai pelaku UMKM
- d. Teknik pengolahan data Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik induktif yaitu cara berfikir dengan menerangkan data yang bersifat khusus kemudian digeneralisasikan menjadi kesimpulan khusus.

3. Teknik analisis data

Setelah mendapatkan data, data dianalisis, metode analisis data yang digunakan dalam pekerjaan ini yaitu gambaran umum tentang peningkatan pelaku UMKM dalam penerapan digital marketing pada usahanya. Hal tersebut kemudian dikaji melalui kumpulan hasil data yang ditinjau dengan menggunakan metode kualitatif. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengolah data mentah untuk wawasan atau informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan bisnis.

Langkah- Langkah teknik analisis data ialah sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Teknik Analisis Data



a. Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian pengumpulan data menjadi sesuatu yang sangat penting. Oleh karena itu setiap peneliti harus memahami teknik pengumpulan data sesuai jenis penelitian yang dilakukan.¹⁴

b. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan untuk menganalisis masalah secara sederhana dipecahkan. Penyajian data berguna sebagai informasi, dalam epidemiologi dan biostatistika Penyajian data dalam bentuk teks

Informasi Produksi menilai tingkat kinerja tugas dengan mengukur kuantitas dan kualitas aktivitas. Data produksi umumnya dianggap sebagai metrik kinerja terbaik karena dapat diamati secara langsung, segera diukur, sehingga semua orang setuju dengan pengukurannya.

¹⁴ Agung, *Buku Kantong Sosiologi*, (Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 2009), h. 85.

c. Produksi Data

Informasi produksi menilai tingkat kinerja tugas dengan mengukur kuantitas dan kualitas kinerja.¹⁵ Data produksi umumnya dianggap sebagai matrik kinerja terbaik karena dapat diamati secara langsung, segera diukur, sehingga semua orang setuju dengan pengukurannya.

d. Penarikan kesimpulan Verifikasi

Tahap ini adalah tahap dimana kesimpulan dibuat berdasarkan semua informasi diperoleh sebagai hasil penelitian. Kesimpulan atau verifikasi adalah upaya untuk mendapatkan dan menafsirkan makna-makna, deskripsi, pola, penjelasan, alur sebab akibat atau pernyataan.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah suatu gambaran dari keseluruhan karya ilmiah hal ini di maksudkan untuk memudahkan peneliti dan bagi penulis. Dalam sistematika pembahasan ini penulis membagi kedalam lima bagian :

BAB I : Dalam bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang di dalamnya terdapat alasan kenapa penelitian perlu di lakukan, selanjutnya identifikasi masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : Dalam bab ini akan menjelaskan tentang kajian teoritis yang memuat landasan teori yang akan di bahas dalam penelitian, hubungan antar variabel dan penelitian terdahulu.

¹⁵ Achmad Sudiro, *Perencanaan Sumber Daya Manusia*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2011), h. 119.

BAB III : Dalam bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang terdiri dari ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta operasional variabel penelitian.

BAB IV : Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian dan hasil penelitian meliputi analisis data dan hasil penelitian dalam peran digital marketing pada pelaku UMKM produk halal.

BAB V : Bab ini merupakan bab terakhir dalam skripsi. Pada bab ini memuat Simpulan dan saran-saran yang merupakan hasil akhir analisis dan pembahasan yang telah peneliti lakukan.