

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Tidak dapat dipungkiri bahwasanya dalam suatu usaha, pemasaran menjadi salah satu tahapan terpenting dalam mengenalkan produk atau jasa. Tepat atau tidaknya strategi pemasaran yang dilakukan menentukan keberlangsungan dari suatu usaha dikarenakan akan mempengaruhi perputaran uang secara langsung. Strategi Pemasaran merupakan suatu strategi yang digunakan untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Strategi ini melibatkan perencanaan dan taktik khusus guna mencapai peningkatan dalam jumlah penjualan. Definisi strategi pemasaran juga mencakup serangkaian langkah yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu, karena kesempatan untuk menjual suatu proposisi atau penawaran terbatas pada jumlah orang yang memiliki pengetahuan tentang produk tersebut. (Haque F. dkk., 2022)

Bentuk dari strategi pemasaran mengalami perubahan yang signifikan dari sebelumnya dilakukan secara konvensional, kemudian beralih menjadi digital dikarenakan mulai masuknya era digitalisasi yang mempengaruhi segala aspek tidak terkecuali pada UMKM. Strategi digital *marketing* adalah pendekatan yang terorganisir dalam memanfaatkan platform digital dan teknologi informasi guna mencapai tujuan pemasaran. Dalam strategi ini, media sosial, situs web, iklan *online*, pemasaran konten, SEO, dan alat digital lainnya digunakan untuk

membangun kehadiran online yang kuat, berinteraksi dengan target audiens, serta meningkatkan visibilitas merek dan mencapai hasil yang diinginkan secara *online*. (Tjiptono, 2016)

Website merupakan salah bentuk dari strategi pemasaran digital. Definisi website meliputi kumpulan halaman-halaman yang tersambung melalui jaringan internet dan lazimnya diakses melalui peramban web. Setiap halaman yang termuat dalam sebuah website memiliki kapasitas untuk memuat teks, gambar, video, dan komponen multimedia bervariasi. Penggunaan umum dari website adalah sebagai sarana penyampaian informasi, pemberian layanan, ataupun hiburan kepada para pengunjung. (McKinsey, 2018)

Dengan berkembangnya era *digital marketing* tentunya akan membantu perkembangan UMKM di Indonesia. Secara definisi berdasarkan (Putra, 2016) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM merupakan jenis usaha dengan skala kecil atau menengah yang memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian negara. UMKM sering menghadapi keterbatasan sumber daya, jumlah karyawan yang terbatas, serta kendala dalam akses modal dan pasar. Meskipun demikian, UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas, inovasi, dan potensi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Sido Project merupakan UMKM yang bergerak di bidang *event organizer* yang berfokus dalam menyediakan jasa untuk pengadaan acara

seperti *bazaar fashion, food and beverage*, parfum, sepatu, dan lainnya. Sido Project didirikan oleh Gilang pada tahun 2023 di Sidoarjo dengan tujuan sebagai wadah bagi para pelaku UMKM lainnya yang berada lebih khusus di wilayah Sidoarjo untuk mendapatkan tempat agar tetap eksis berjualan.

Sebagai UMKM yang masih terbilang baru Sido Project belum memiliki strategi *digital marketing* yang memadai dan profesional. Dengan inisiatif dari peneliti dalam membantu perancangan pembuatan website bagi Sido Project menjadi salah satu solusi yang ditawarkan agar Sido Project menjadi UMKM yang lebih profesional dan berkembang sesuai dengan tujuan dari Sido Project. Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengangkat topik penelitian yang berjudul “Website Sebagai Strategi Digital *Marketing* Pada UMKM Sido Project”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun, maka dapat ditetapkan rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Sido Project?
2. Bagaimana tahapan perancangan website sebagai strategi pemasaran digital untuk UMKM Sido Project?
3. Bagaimana tahapan pembuatan website sebagai strategi pemasaran digital untuk UMKM Sido Project?

4. Bagaimana dampak dari penerapan website sebagai strategi pemasaran digital terhadap UMKM Sido Project

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka ditetapkan tujuan penelitian, sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh data-data yang diperlukan sebagai bahan dalam penyusunan website untuk UMKM Sido Project.
2. Untuk memperoleh informasi perihal kendala dan kesulitan yang dihadapi oleh UMKM Sido Project dalam menyusun dan melaksanakan strategi pemasarannya.
3. Untuk meneliti dan melakukan proses penyusunan website sebagai strategi pemasaran digital UMKM Sido Project.
4. Untuk meneliti dan mengetahui bagaimana manfaat yang didapatkan oleh Sido Project dengan adanya penerapan website sebagai strategi pemasaran digital.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi di perpustakaan Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya perihal mengenai perancangan website sebagai strategi pemasaran lebih khususnya bagi UMKM.

2. Bagi UMKM Sido Project

Hasil penelitian yang berupa terbentuknya website diharapkan dapat membantu Sido Project dalam memasarkan jasanya. Tentunya, dapat mengarahkan Sido Project mencapai tujuan usahanya dan berkembang menjadi lebih baik.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan tambahan wawasan perihal penyusunan website sebagai strategi pemasaran digital lebih khususnya untuk UMKM (Usaha Kecil Mikro Menengah).

## 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran terkait penulisan Tugas Akhir, maka penulis mendeskripsikan sistematika penulisan sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan berisi penjelasan mengenai pentingnya website dalam strategi pemasaran digital serta berisi tujuan dan manfaat dari penelitian ini.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan berisi uraian teori-teori dan konsep-konsep yang mendasari dan mendukung penelitian yang berkaitan dengan UMKM, Strategi Pemasaran, Website, dan Usaha *Event Organizer*.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan berisi penelitian yang dilakukan dengan metode wawancara yang menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan berisi gambaran dari subyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan mengenai proses dari sebelum hingga sesudah dalam pembuatan *website* di UMKM Sido Project.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini akan berisi kesimpulan dan saran yang didapatkan selama melakukan penelitian hingga tugas akhir disusun dengan sedemikian rupa.