

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi sekarang ini perkembangan dunia Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian di berbagai negara berkembang dapat dikatakan sebagai tulang punggung perekonomian. Menurut keputusan Presiden RI Nomor 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. Dengan UMKM yang semakin meningkat, para pelaku UMKM lainnya menghadapi situasi yang sulit untuk melakukan strategi pemasaran dalam bersaing untuk mempertahankan usaha agar tetap kuat di tengah persaingan yang sengit dengan menciptakan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang lama serta meningkatkan volume penjualan dengan strategi pemasaran melalui sistem online.

Surabaya adalah salah satu kota yang memiliki jumlah UMKM di Jawa Timur. Berdasarkan data kementrian Koperasi dan UMKM Kota Surabaya (<https://depkop.go.id>) pada bulan maret 2021, jumlah UMKM mencapai enam puluh empat koma dua juta meningkat dibandingkan tahun 2020.

Geprek Rasya Q merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner. Gerek Rasya Q ini menyajikan banyak jenis makanan yang dijual yaitu ayam geprek, ayam bakar, nasi goreng, mie goreng dan masih banyak lagi jenisnya. Geprek Rasya Q ini masih terbilang sangat muda karena

baru berusia kurang lebih dua tahun dibandingkan dengan jenis UMKM lainnya yang berada disurabaya.

Berdasarkan pernyataan diatas, peneliti akan melakukan penelitian dengan tujuan agar pihak UMKM Geprek Rasya Q dapat menggunakan strategi pemasaran dengan baik dan siap bersaing UMKM lainnya. Maka, peneliti membuat sebuah Karya Ilmiah berupa Tugas Akhir yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI GEPREK RASYA Q”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran digital yang dapat digunakan di Geprek Rasya Q dalam meningkatkan daya saing UMKM?
2. Bagaimana bentuk promosi yang dapat digunakan di Geprek Rasya Q dalam meningkatkan daya saing UMKM?
3. Apakah keunggulan dari strategi pemasaran digital yang telah dibuat dan siap diterapkan di Geprek Rasya Q dalam meningkatkan daya saing UMKM?
4. Apakah kendala yang timbul dalam menerapkan strategi pemasaran digital pada Geprek Rasya Q dalam meningkatkan daya saing UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas dapat diambil keputusan bahwa penelitian ini dilakukan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran digital yang dapat digunakan di Geprek Rasya Q dalam meningkatkan daya saing UMKM.
2. Ingin mengetahui bentuk promosi yang dapat digunakan di Geprek Rasya Q dalam meningkatkan daya saing UMKM.
3. Ingin mengetahui apakah keunggulan dari strategi pemasaran digital yang telah dibuat dan siap diterapkan di Geprek Rasya Q dalam meningkatkan daya saing UMKM.
4. Untuk mengetahui apakah kendala yang timbul dalam menerapkan strategi pemasaran digital pada Geprek Rasya Q dalam meningkatkan daya saing UMKM.

1.4 Manfaat

Penelitian ini bertujuan memberikan manfaat untuk semua orang yang berkepentingan didalamnya, adapun manfaat yang diharapkan yaitu:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti mengenai strategi bauran pemasaran digital dalam dunia industri yang ada sehingga dapat menjadikan acuan kedepan dalam melakukan bisnis di era yang serba digital seperti saat ini.

2. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Diharapkan menambah daftar rujukan perpustakaan serta dapat digunakan oleh mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang sejenis dengan topik ini. Hasil ini diharapkan dapat menambah informasi terkait strategi pemasaran digital yang diterapkan di UMKM.

3. Bagi Geprek Rasya Q

Hasil penelitian dapat digunakan bagi Geprek Rasya Q untuk menjadi lebih baik lagi pada bidang pemasaran digital pada penjualan kuliner sehingga Geprek Rasya Q dapat meningkatkan usaha yang ada dengan sangat maksimal.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dapat dijabarkan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat teori-teori dan konsep-konsep yang mendasari dan mendukung penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini memuat desain penelitian, batasan penelitian, data dan metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat gambaran subyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan. Pada sub bab gambaran subyek penelitian, akan dijelaskan sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, job description, dan profil usaha.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini memuat simpulan, saran, dan implikasi penelitian.