

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor penunjang ekonomi Indonesia yakni salah satunya berasal dari industri mikro, kecil, dan menengah atau sering disebut sebagai UMKM untuk perekonomian negara. UMKM ini tidak bergantung pada perekonomian dunia secara langsung dimana efek negatif resesi dunia, para pelaku UMKM masih saja terus mengembangkan usahanya dan otomatis membantu perekonomian Negara (Gunartin, 2017). Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto apabila didukung oleh berbagai pihak untuk pengembangannya. Bahkan berdasarkan data kementerian koperasi menyebutkan setidaknya peningkatan menjadi 60,34% PDB dibantu oleh UMKM terutama dengan membantu pembukaan penyerapan tenaga kerja dalam negeri. Penyerapan tenaga SDM ini bahkan sudah menjadi 97,22% yang dilakukan oleh UMKM dalam 5 periode terakhir (Sarwono, 2015).

Potensi perkembangan yang dimiliki oleh UMKM masih sering menemui kendala dan minim dukungan dari sekitar untuk meningkatkan penjualan produk mereka, yaitu seperti cakupan target pasar yang masih kecil, perangkat internet yang kurang memadai bagi pelaku UMKM dan juga kurangnya kompetensi SDM dalam menjalankan teknologi internet tersebut. Dalam hal itu sebenarnya Pemerintah juga memberikan dukungan sebagai upaya mengembangkan potensi UMKM. Pada tahun 2020 pemerintah memberikan anggaran sekitar Rp 123,46 T dari Rp 695,2 T guna mendukung potensi UMKM. Pemerintah juga memberikan program tertentu untuk menyelesaikan hambatan persoalan pengembangan

UMKM sehingga diharapkan dapat mengembangkan UMKM dan kerja sama dengan berbagai perusahaan BUMN (Akbar, 2021).

UMKM juga memiliki pengaruh penting dalam pembangunan ekonomi dengan terus berkembangnya jumlah unit UMKM dimulai sekitar tahun 2016-2019 dan meningkat sekitar 4,2% untuk periode setiap tahun. Hal ini jelas menunjang daerah tersebut untuk meningkatkan PDB atau Produk Domestik Bruto mereka selama 3 tahun terakhir dengan besaran sekitar lebih dari 50% (Putri *et al.*, 2021). Sehingga dapat disimpulkan bahwa UMKM secara langsung berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi dengan kemampuan ekonomi masyarakat yang mandiri tersebut bagi perekonomian Indonesia. Selain itu UMKM juga menjadi sector yang dapat membantu perekonomian di daerah-daerah di Indonesia.

Menurut sensus nasional di Jawa Timur, sektor ekonomi tahun 2016-2018 bagi keberadaan UMKM di daerah Jawa Timur sudah mencapai sekitar 9,59 juta. Bahkan berdasarkan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Jatim pada tahun 2019 mencapai sekitar 2,01 T rupiah dan sebanyak 1,29 rupiah T berasal dari UMKM. Dengan demikian dapat diketahui bahwa UMKM memiliki pengaruh yang penting dalam perkembangan perekonomian di Jawa Timur dan UMKM mampu membantu para pelaku UMKM yang memiliki perekonomian rendah (Soetjipto, 2020).

Selain itu, berdasarkan data statistik menunjukkan bahwa perkembangan UMKM Kabupaten Madiun cukup pesat dimana setidaknya terdapat 700 UMKM yang terdaftar pada pemerintah daerah dan hal ini juga didukung dengan kebijakan pemerintah daerah untuk melakukan penganggaran UMKM sekitar Rp 124 Triliun sebagai bentuk pemulihan terlebih akibat dampak pandemi yang membuat perekonomian masyarakat (Purwanto, 2020). Akan tetapi, angka tersebut masih berbanding terbalik dengan penurunan pertukaran aktivitas ekonomi sejak masa Pandemi dimana nilai statistik menunjukkan faktor deflasi terjadi sebesar 0,21% khususnya pada bulan Juli yang terjadi di wilayah sekitar Madiun dengan Indeks Harga Konsumen mencapai 105,15 (Statistik, 2021). Bisnis kuliner makanan dan minuman memiliki potensi besar dan peluang luas bagi pendapatan perekonomian Indonesia.

Bisnis kuliner makanan dan minuman sebagian besar menjadi pilihan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Madiun karena bisnis kuliner merupakan sebuah bisnis yang sangat banyak diminati oleh para masyarakat Madiun mulai dari anak kecil hingga dewasa tua. Banyaknya pelaku UMKM yang memilih bisnis kuliner akan menimbulkan sebuah persaingan dalam bisnis tersebut, hal tersebut dapat ditinjau dari semakin besarnya keberadaan pelaku baru di dunia kuliner. Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Madiun mencatat Bisnis kuliner makanan dan minuman di Madiun telah menyumbang sebesar 14,3% terhadap PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) pada tahun 2021 yang mencapai 14,7 triliun. Banyaknya pelaku UMKM yang memilih bisnis kuliner akan menimbulkan sebuah persaingan dalam bisnis tersebut, hal itu dapat dilihat dari semakin banyaknya para pelaku baru dalam bisnis kuliner. Laju pertumbuhan sektor kuliner FnB pada tahun 2018 bahkan mencapai 7,91% (Kemenprin, 2019), dan

2019 menyentuh angka 9,86% (Ananda Naryaya,2019), dan tahun 2020 diharapkan tumbuh menjadi 2 digit persentase (Sanusi,2020). Salah satu UMKM kuliner yang berkembang terus adalah kuliner jajanan (makanan ringan).

Ketertarikan konsumen akan bisnis *Food and Bevarages* akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan kinerja industri tersebut. terutama perbedaan signifikan terjadi pada tahun-tahun terakhir. Berdasarkan data dari www.dataindustri.com, pada tahun 2022 kinerja industri kuliner memiliki pertumbuhan positif mencapai 2,56% dan periode tahunan mencapai 3,75%. Dari data tersebut dapat dilihat adanya pertumbuhan yang selalu positif. Tahun 2021, masyarakat Indonesia setidaknya memiliki rerata daya beli 4,6 kg makanan ringan dan meningkat 6,5% hingga 4,9 kg/tahun.

Kota Madiun juga menjadi kota wisata kuliner dan berdasarkan data BPS menunjukkan pada tahun 2021, walaupun mobilitas warga terhambat akibat pandemi tetapi usaha yang terdaftar dalam Tanda Daftar Usaha Pariwisata atau TDUP kian meningkat tiap kecamatan di daerah tersebut.

Tabel 1. Jumlah usaha kuliner yang mempunyai TDUP di Kota Madiun, 2018-2021

Kecamatan	Tahun			
	2018	2019	2020	2021
Manguharjo	6	15	11	23
Taman	16	23	18	24
Kartoharjo	18	35	17	26
Kota Madiun	40	73	46	73

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Madiun

Bentuk usaha kuliner yang sering didapatkan pada daerah Kab. Madiun yakni Brem, Lempeng, Pecel dan lain sebagainya. Selain itu oleh-oleh khas Madiun yang menjadi perhatian para pengunjung dari luar kota yaitu Roti Bluder. Kabupaten Madiun juga memiliki banyak industri roti, hal tersebut menjadikan Kota Madiun juga menjadi terkenal dengan industri rotinya, seperti Bluder Cokro, Bless Bakery, Imelda Bakery, Amor Bakery, dan masih banyak lagi. Yang paling terkenal di Kabupaten Madiun yaitu salah satunya Roti Bluder Cokro, merupakan roti terbuat dari adonan roti/*cake* untuk memproduksi roti sesuai dengan ciri khas perusahaan yakni bertekstur lembut, empuk hingga halus yang berwarna sedikit kekuningan dari adanya telur dalam jumlah banyak dari roti pada umumnya. Dari beberapa industri roti diatas dalam penelitian ini saya akan bahas adalah Industri Roti rumahan Nariyah Bakery.

Nariyah Bakery adalah industri roti rumahan sekitar daerah Kab. Madiun dan berdiri sejak tahun 2021 di Jl. Raya Madiun-Ponorogo (Depan Pasar Mlilir), Kel. Mlilir, Kec.Dolopo. Kab. Madiun. Toko Nariyah Bakery merupakan sebuah usaha keluarga yang didirikan pada tahun 2021 yang bergerak dalam bidang Industri Roti. Nariyah Bakery berada pada posisi yang masih dibidang baru dalam pasar industri roti, hal tersebut tentunya akan menimbulkan persaingan bisnis dengan industri roti yang sudah lama berdiri. Dalam sebuah bisnis tidak selamanya akan memiliki jalan yang mulus pasti akan ada hambatan dan resiko tertentu termasuk daya beli yang tidak stabil yang ditemui oleh Nariyah Bakery.

Dalam proses pengembangan Toko Nariyah Bakery perlu adanya pemasaran yang bertujuan agar masyarakat mengenal dan mengetahui produk yang mereka tawarkan. Dengan menerapkan promosi melalui digital marketing diharapkan nariyah bakery mampu berkembang dan menghadapi persaingan. Oleh karena itu

Toko Nariyah Bakery harus mampu mengikuti perkembangan teknologi yang ada dan mulai menerapkan sistem promosi digital secara maksimal agar dapat menjangkau seluruh masyarakat atau calon pembeli dengan mudah dan cepat juga dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sudah menerapkan pemasaran melalui sistem digital.

Upaya yang dilakukan oleh Toko Nariyah Bakery untuk mengikuti perkembangan yang ada yaitu dengan melakukan penerapan digital marketing sebagai upaya peningkatan penjualan produk. Toko Nariyah Bakery kemudian menerapkan digital marketing melalui beberapa media sosial yaitu Instagram, Facebook, Tiktok, dan Whatsapp. Hal tersebut juga merupakan keinginan dari Toko Nariyah Bakery untuk berkembang dan menyesuaikan diri dengan perubahan struktural pasar yang disebabkan oleh pesaing dengan bisnis yang sama yang sudah mulai bergerak secara digital marketing.

Berdasarkan penejelasan yang ada diatas, peneliti menemukan ketertarikan guna melakukan penelitian di Toko Nariyah Bakery Madiun terkait implementasi pemasaran digital berupa media sosial untuk meningkatkan penjualan. Sehingga penelitian disusun dengan judul **“ANALISIS IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM NARIYAH BAKERY MADIUN”**.

B. Rumusan Masalah

Latar belakang di atas menjelaskan adanya permasalahan sehingga penelitian ini memiliki beberapa rumusan masalah terkait seperti

1. Bagaimana Implementasi Digital Marketing Melalui Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Nariyah Bakery Madiun?
2. Seberapa jauh penerapan Digital Marketing yang dilakukan oleh Nariyah Bakery?
3. Seberapa besar Manfaat yang dirasakan setelah menerapkan Digital Marketing pada Toko Nariyah Bakery?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Implementasi Digital Marketing Melalui Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Nariyah Bakery Madiun.
2. Mengetahui Seberapa jauh penerapan Digital Marketing yang dilakukan oleh Nariyah Bakery.
3. Mengetahui Seberapa besar Manfaat yang dirasakan setelah menerapkan Digital Marketing pada Toko Nariyah Bakery.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian memiliki beberapa manfaat untuk berbagai pihak yang diharapkan dapat dicapai dari penulisan penelitian ini termasuk di antaranya:

1. Manfaat Untuk Perusahaan

Menjadi bahan informasi bagi Toko Nariyah Bakery dalam memasarkan produknya secara efisien sehingga mampu menghasilkan profit yang direncanakan.

2. Manfaat Untuk Peneliti

Menjadi bahan informasi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian berikutnya

