

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi tidak dapat dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan seiring dengan luasnya ilmu pengetahuan. Inovasi-inovasi yang diciptakan memiliki manfaat positif dan memberikan kemudahan serta sebagai alat untuk membantu masyarakat dalam melakukan kegiatan (Ariprabowo, 2023). Di era digital, UMKM dihadapkan pada tantangan untuk memanfaatkan teknologi sebagai alat strategis untuk meningkatkan daya saing, menjangkau pasar yang lebih luas, dan menjaga keberlanjutan usaha. Strategi efektif untuk mendukung pembangunan berkelanjutan UMKM adalah penerapan pemasaran digital, yang memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan platform *online* seperti media sosial, *e-commerce*, dan *website* sebagai sarana promosi dan penjualan.

Nathan's Flower sebuah usaha mikro kecil menengah yang terkenal akan kreativitas produknya, seperti bucket bunga yang dikombinasi dengan *snack*, uang, rokok dan boneka. UMKM ini salah satu bisnis yang terkena dampak transformasi digital saat ini yang menawarkan produk dengan nilai estetika tinggi. Hal ini, pemanfaatan media sosial berperan penting dalam membantu pelaku usaha melakukan promosi produk, terdapat banyak media sosial yang digunakan untuk pemasaran produk seperti *tiktok*, *instagram*, *shopee* dan juga *whatsapp*. Media sosial memiliki dampak besar untuk mendukung suatu merek dan memperluas jangkauan pasar.

Media sosial yang saat ini trending adalah platform *instagram* dan *tiktok*. Saat ini *digital advertising* (periklanan) melalui media sosial seperti *instagram* dan *tiktok* telah menjadi tren. Penggunaan media sosial belakangan ini menjadi banyak diminati oleh masyarakat sebagai media berkomunikasi dan membuat konten. Media sosial menjadi *platform* yang tepat untuk memasarkan produk Nathan's Flower. Melalui media sosial ini dapat memamerkan desain bucket bunga secara visual yang menarik, mencari calon pelanggan, interaksi antara pelaku usaha dengan pembeli dan memperluas pasar.

Nathan's Flower menghadapi beberapa tantangan yaitu, keterbatasan sumber daya, kurangnya pemanfaatan strategi pemasaran digital, perubahan algoritma media sosial dan kebutuhan untuk terus menghasilkan konten yang menarik serta pengelolaan media sosial yang kurang optimal. Tantangan ini menghambat potensi bisnis untuk berkembang lebih jauh, terutama dalam menghadapi persaingan yang ketat di dunia industri *hampers* dan *gift*. Analisis yang mendalam dan strategi pemasaran yang terstruktur menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam bagi UMKM Nathan's Flower untuk menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif dalam menghadapi tantangan era digital sehingga UMKM ini dapat meningkatkan visibilitas produknya dan memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang, hambatan dan solusi untuk membantu UMKM meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha dengan mengoptimalkan media sosial sebagai alat pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi pemasaran digital yang efektif dapat diterapkan oleh Nathan's Flower untuk menghadapi tantangan era digital?
2. Apa saja peluang dan hambatan yang dihadapi Nathan's Flower dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran?
3. Bagaimana solusi untuk mengoptimalkan media sosial dalam meningkatkan daya saing dan berkelanjutan usaha Nathan's Flower?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis peluang dan hambatan yang di hadapi Nathan's Flower dalam penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran.
2. Memberikan solusi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran melalui media sosial agar UMKM Nathan's Flower dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai penerapan strategi pemasaran digital pada UMKM dan menjadi referensi bagi studi yang akan mendatang.
2. Memberikan rekomendasi yang dapat membantu Nathan's Flower untuk mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial.
3. Mendukung pemberdayaan UMKM dalam era digital sehingga dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal.

1.5 Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya berfokus pada strategi pemasaran digital yang menggunakan media sosial seperti *Instagram, Tiktok, Whatsapp, Shoppe*.
2. Analisis dilakukan pasar UMKM Nathan's Flower yang bergerak di bidang *hampers* dan *gift*, khususnya bucket bunga, uang, snack, rokok, boneka dll.
3. Penelitian ini terbatas pada analisis penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran, tanpa membahas platform *e-commerce* lainnya secara mendalam.