

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi di era digital saat ini membawa perubahan besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi dan kewirausahaan. Transformasi digital tidak hanya memengaruhi cara individu berkomunikasi, tetapi juga mengubah pola perilaku konsumen dan strategi bisnis yang diterapkan oleh pelaku usaha. Menurut (Laudon, K. C., & Traver, 2021), kemajuan teknologi informasi telah menciptakan ekosistem bisnis baru yang menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku pelanggan yang semakin bergantung pada teknologi digital. Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, salah satu subsektor yang berkembang pesat adalah bidang dekorasi acara. Dekorasi memiliki peranan penting dalam menciptakan suasana dan estetika pada berbagai kegiatan, baik formal maupun nonformal, seperti pernikahan, ulang tahun, lamaran, seminar, dan kegiatan keagamaan. Seiring perkembangan teknologi, strategi pemasaran konvensional mulai tergantikan oleh pemasaran digital yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Hal ini menjadi peluang besar bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas tanpa memerlukan biaya besar, (Utami, R., & Fauzi, 2023).

Usaha jasa dekorasi merupakan wujud nyata dari penerapan kewirausahaan kreatif yang memadukan unsur seni, inovasi, serta kemampuan manajemen dalam

menghasilkan produk atau layanan bernilai ekonomi. Menurut (Ardiansyah, 2020), kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang untuk menciptakan nilai melalui inovasi, baik dalam bentuk produk baru maupun pelayanan yang lebih baik.

Dekorasi Teratak, yang berlokasi di LK V Purwosari, Aek Kota Batu, Na IX-X Labuhanbatu Utara, merupakan salah satu contoh usaha mikro kecil yang bergerak di bidang jasa dekorasi pelaminan dan dekorasi acara. Usaha ini hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan dekorasi yang modern, elegan, dan menyesuaikan dengan tren terkini. Kreativitas dan pelayanan menjadi faktor utama dalam mempertahankan eksistensi usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah pelanggan dan perluasan pasar. Oleh karena itu, penting dilakukan analisis mendalam terhadap strategi kewirausahaan dan pemasaran yang diterapkan oleh Dekorasi Teratak agar usaha ini dapat berkembang secara berkelanjutan.

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, media sosial memiliki dampak besar untuk mendukung suatu merek dan memperluas jangkauan pasar.

Dekorasi Teratak menghadapi beberapa tantangan yaitu, 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 dalam menghadapi persaingan yang ketat. Analisis yang mendalam dan strategi pemasaran yang terstruktur menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam bagi UMKM Dekorasi Teratak 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 mengetahui strategi pemasaran digital, 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 diterapkan oleh Dekorasi Teratak untuk menghadapi tantangan era digital?
2. Bagaimana model bisnis yang tepat untuk diterapkan pada usaha Dekorasi Teratak?
3. Apa saja peluang dan hambatan yang dihadapi Dekorasi Teratak dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran?
4. Bagaimana solusi untuk mengoptimalkan media sosial dalam meningkatkan daya saing dan berkelanjutan usaha Dekorasi Teratak?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi pemasaran digital yang efektif diterapkan oleh Dekorasi Teratak untuk menghadapi tantangan era digital.
2. Mengetahui model pemasaran yang tepat untuk usaha Dekorasi Teratak.
3. Menganalisis peluang dan hambatan yang di hadapi Dekorasi Teratak dalam penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran.
4. Memberikan solusi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran melalui media sosial agar UMKM Dekorasi Teratak dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pelaku Usaha memberikan panduan dalam pengelolaan usaha dekorasi berbasis inovasi dan teknologi digital.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai penerapan strategi pemasaran digital pada UMKM dan menjadi referensi bagi studi yang akan mendatang.
3. Memberikan rekomendasi yang dapat membantu Dekorasi Teratak untuk mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial.
4. 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*, *Whatsapp*, dan *Facebook*.

2. Analisis dilakukan pasar UMKM Dekorasi Teratak yang bergerak di bidang dekorasi pelaminan dan pesta besar (*pernikahan*, hajatan, acara sekolah/perpisahan) dan dekorasi kecil (ulang tahun, tasyakuran, lamaran, dan acara rumahan).
3. Penelitian ini terbatas pada analisis penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran, tanpa membahas platform *e-commerce* lainnya secara mendalam.

1.6 Tinjauan Umum Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah UMKM Dekorasi Teratak, yaitu usaha mikro kecil yang bergerak di bidang jasa dekorasi pelaminan dan dekorasi berbagai acara. Dekorasi Teratak berlokasi di LK V Purwosari, Aek Kota Batu, Kecamatan Na IX-X, Kabupaten Labuhanbatu Utara. Dalam menjalankan usahanya, Dekorasi Teratak memanfaatkan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Media sosial digunakan untuk menampilkan hasil dekorasi, berbagi informasi layanan, serta menjalin interaksi dengan calon konsumen.

Melalui penelitian ini, Dekorasi Teratak dipilih sebagai objek penelitian karena mewakili karakteristik UMKM jasa kreatif yang sedang beradaptasi dengan transformasi digital, khususnya dalam pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.

1.7 Sistem Pendataan Penelitian

Sistem pendataan penelitian merupakan metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data yang berkaitan dengan

objek penelitian. Dalam penelitian ini, sistem pendataan dilakukan secara kualitatif deskriptif, dengan tujuan memperoleh gambaran yang mendalam mengenai strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh UMKM Dekorasi Teratak.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas usaha Dekorasi Teratak, khususnya dalam penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konten promosi dibuat, pola interaksi dengan pelanggan, serta konsistensi penggunaan media sosial.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik atau pengelola UMKM Dekorasi Teratak untuk memperoleh informasi terkait strategi pemasaran yang diterapkan, kendala yang dihadapi, serta harapan pengembangan usaha ke depan. Wawancara dilakukan secara terstruktur agar data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa foto hasil dekorasi, tangkapan layar media sosial, catatan penjualan, serta arsip promosi yang dimiliki oleh Dekorasi Teratak. Data dokumentasi

digunakan sebagai pendukung untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara.

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis secara deskriptif dengan mengaitkannya pada teori pemasaran digital dan kewirausahaan. Hasil analisis tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai peluang, hambatan, serta solusi dalam penerapan strategi pemasaran digital bagi UMKM Dekorasi Teratak.