

Nama : Hiya Cahya M.
Npm : 2212140056
Matkul : Metopel

1. Carilah fenomena terkait kendala-kendala (masalah) yang dihadapi oleh UMKM untuk mengimplementasikan digital marketing dalam meningkatkan kinerja bisnisnya!

Jawab :

- UMKM sering kali mengalami berbagai tantangan dalam menerapkan digital marketing, termasuk kurangnya pemahaman tentang teknologi dan platform digital. Selain itu, keterbatasan sumber daya, seperti dana dan tenaga kerja yang terampil, juga menjadi penghalang. Banyak pelaku UMKM yang kesulitan untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif, serta menghadapi masalah dalam menjangkau audiens yang tepat secara online. Hal ini mengakibatkan rendahnya tingkat adopsi dan penggunaan digital marketing dalam meningkatkan performa bisnis mereka.

2. Dari fenomena tersebut, buatlah suatu rumusan masalah yang jelas untuk bahan penelitian anda!

Jawab :

- Rumusan Masalah:
Apa saja kendala yang dihadapi oleh UMKM dalam mengimplementasikan digital marketing, dan bagaimana pengaruhnya terhadap kinerja bisnis mereka?
- Alasan:
Rumusan masalah ini penting untuk diangkat karena memahami kendala-kendala tersebut dapat membantu merancang strategi yang lebih efektif dalam mendukung UMKM. Dengan menganalisis tantangan yang dihadapi, penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi praktis yang dapat meningkatkan adopsi digital marketing, sehingga UMKM dapat memperbaiki performa bisnis mereka secara keseluruhan.

3. Terangkan fenomena terlebih dahulu, support dengan data dan pada akhir pembahasan fenomena baru buat rumusan masalahnya!

Jawab :

- Fenomena yang dihadapi oleh UMKM dalam menerapkan digital marketing semakin penting untuk dipahami, terutama mengingat perkembangan teknologi yang pesat. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia mencapai sekitar 77% pada 2023, menciptakan peluang besar bagi UMKM untuk meraih pasar yang lebih luas secara online (<https://apjii.or.id/>).
- Namun, banyak pelaku UMKM yang menghadapi tantangan dalam mengadopsi digital marketing. Laporan dari Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa sekitar 70% UMKM di Indonesia masih kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital karena kurangnya literasi digital dan keterbatasan sumber daya (<https://kemenkopukm.go.id/>). Selain itu, adanya ketakutan dan keraguan untuk beralih dari pemasaran tradisional ke digital juga menjadi penghalang utama.

- Dengan latar belakang ini, penting untuk mengeksplorasi lebih jauh mengenai kendala-kendala yang dihadapi UMKM serta bagaimana pendekatan yang lebih humanis dapat memberikan solusi. Oleh karena itu, rumusan masalah yang diusulkan adalah:
- "Apa saja faktor-faktor yang menghambat UMKM dalam mengimplementasikan digital marketing, dan bagaimana pendekatan yang lebih humanis dapat membantu mengatasi kendala tersebut untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka?"