

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam hayati yang melimpah, apabila di kelolah dengan baik potensi kekayaan tersebut dapat menunjang pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu potensi sumber daya alam adalah Burung Walet, Sarang burung walet dapat memberikan manfaat yang besar bagi manusia baik manfaat ekologi maupun ekonomi. (Irwan.2021).

Digital Marketing artinya galat satu media yg waktu ini sedang banyak diminati sang rakyat serta sebagai pendukung pada aktivitas sehari hari. Secara perlahan lahan poly masyarakat yg mulai meninggalkan cara marketing yang konvensional dan beralih kepada Digital Marketing. Digital Marketing itu sendiri memiliki arti memasarkan atau mempromosikan sebuah merk atau produk melalui dunia digital atau internet. Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital adalah salah satu program studi di Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur dimana nantinya mahasiswa dapat menguasai kemampuan digital marketing.

Prosesnya memakai metode Digital marketing buat meraih pasar yg dituju, menaikkan sales, mengoptimalkan produktivitas customer dan lain lain. Maka dari itu sangat diperlukan tools atau indera yang sinkron buat mencapai target yang di inginkan. Perkembangan teknologi dan komunikasi sebagai sangat pesat, hampir semua orang mengenal Hand Phone, samartphone atau Telefon Genggam, sebuah benda yang diciptakan menjadi media komunikasi yang cepat, mudah serta pula praktis. Di awalnya benda tersebut artinya benda mewah, yg tak seluruh orang bisa miliki namun kini semua orang telah sempurna mempunyai Hand Phone atau smartphone menjadi media tukar menukar gosip antara satu individu menggunakan individu lain nya. berdasarkan faktor-faktor yg terdapat maka mahasiswa

program studi kewirausahaan menghasilkan sebuah web base application yg artinya alat satu tools dalam proses digital marketing yang berfungsi menjadi sistem *Promo Campaign* yang nantinya akan mengirimkan pesan masal kepada member-member yang terdaftar di pada usaha mikro, kecil dan menengah yang dimiliki oleh mahasiswa program studi kewirausahaan yang kemudian pesan tadi akan eksklusif diterima kedalam Hand Phone atau smartphone para member tadi melalui sms, whatsapp atau email. Selain itu software ini akan mengirimkan pesan masal tadi sesuai menggunakan target yg KPI (*Key Performance Indicator*) di inginkan serta diperlukan. Dikarenakan setiap member-member yang bergabung di dalam perusahaan mempunyai strata yg tidak sinkron-beda.

Aplikasi sudah berbasis web sehingga memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi yang tepat, dan juga dapat diedit sesuai kebutuhan. Untuk mendukung pengukuran efektivitas kampanye iklan yang dikirimkan ke setiap anggota, dibuat fungsi pendukung berupa pelaporan KPI otomatis. Sistem pelaporan KPI otomatis ini mengirimkan data berupa laporan terkait setiap kampanye. Perkembangan Internet di Indonesia ditandai dengan pertumbuhan pengguna Internet di Indonesia. Jika Anda memerlukan kesadaran untuk pemasaran digital, dapat melakukannya dengan iklan. Di surat kabar, majalah, televisi, dan radio, media periklanan tradisional mulai beralih ke digital karena perilaku konsumsi media memengaruhi perkembangan pemasaran digital. Pesatnya perkembangan teknologi di dunia digital dan internet tentunya juga mempengaruhi dunia pemasaran. Tren pemasaran di Indonesia telah berpindah dari tradisional (offline) ke digital (online).

Di mana pemasaran digital memiliki lebih banyak potensi karena memungkinkan pelanggan potensial untuk mendapatkan semua jenis informasi tentang produk dan berbisnis melalui Internet. Menurut Januari 2019 We Are Social, jumlah penduduk Indonesia adalah 268,2 juta orang, sedangkan jumlah smartphone adalah 355,5 juta. Artinya peredaran smartphone dan tablet sebanyak. lebih banyak dari seluruh Indonesia.

Platform yang sering digunakan dalam *digital marketing* adalah media sosial dan website. Salah satu strategi efektif untuk menjangkau konsumen adalah digital marketing atau pemasaran digital. Menurut Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013) *digital marketing* adalah kegiatan pemasaran yang mencakup branding melalui berbagai media berbasis web, email, adwords atau jejaring sosial. Menurut (Meyliana, 2011), tujuan pemasaran digital adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan pangsa pasar
- b. Meningkatkan pendapatan penjualan
- c. Mengurangi biaya distribusi dan promosi
- d. Meningkatkan brand awareness.

Mencapai tujuan CRM (*Customer Relationship Management*) yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan, frekuensi pembelian, dan tingkat referensi pelanggan.

Pembangunan di wilayah perkotaan semakin berkembang pesat semakin meningkatnya kemajuan dibidang ilmu teknologi yang telah menciptakan terobosan baru di segenap aspek kehidupan. Demikian juga dibidang konsumsi yang merupakan kebutuhan masyarakat yang tidak lepas dari pengaruh kemajuan ilmu teknologi dalam mempermudah proses produksi dan kebutuhan hidup. Bentuk konsumsi masyarakat dapat berupa makanan dan minuman. Salah satu bentuk konsumsi untuk masyarakat yang berkembang akibat kemajuan teknologi adalah penggunaan sarang burung walet (Irwan, 2021).

Budidaya Sarang burung walet merupakan salah satu bisnis dibidang budidaya yang cukup menjanjikan untuk para petani karena dapat menghasilkan keuntungan yang berlipat ganda dan berkelanjutan. Keuntungan ini didapatkan dari hasil menjual air liur burung walet yang memiliki harga jual tinggi yang dipengaruhi oleh kualitas sarang dan kondisi pasar. Pengelolaan dan pembudidaya sarang burung walet merupakan industri yang istimewa untuk sebagian orang di Indonesia. Sarang burung walet tersebut berasal dari air liur walet yang bermanfaat

bagi kesehatan. Sarang tersebut biasanya digunakan untuk membuat sop dan sebagian besar sarang walet yang ada di Indonesia diekspor ke negara China, terutama Hongkong (Muliati & Bulan 2022).

Pengelolaan sarang burung walet dilakukan dengan Pemanggilan burung walet di waktu-waktu tertentu, Pemberantasan hama saat sudah panen atau kurangnya burung walet yang datang dan Pengaturan masuk untuk suara inap burung walet. Keuntungan hasil pengelolaan sarang walet yang menggiurkan membuat meningkatnya pembangunan Sarang Walet di Bangka (Irwan, 2021).

Ada dua dampak pengelolaan sarang walet di Bangka yaitu dampak positif dan negatif. Dampak positif yang di berikan kepada masyarakat adalah meningkatnya kesejahteraan masyarakat dan mengurai tingkat pengangguran dan masyarakat di sekitar Sarang Burung Walet memberikan rasa sejuk karena terlindungi oleh bangunan yang tinggi. Sementara dampak negatif yaitu masyarakat terganggu akan kebisingan karena sarang burung walet yang di bangun sebagian berada di tengah-tengah kota. Selain itu, kotoran yang di timbulkan memberikan dampak lingkungan terhadap daerah yang berada di sekitar lingkungan sarang walet, seperti bau tidak sedap.

Sarang burung walet dapat di dipanen apabila keadaannya sudah memungkinkan untuk diambil. Untuk melakukan pengambilan sarang burung walet perlu cara tertentu agar hasil yang di peroleh bisa memenuhi syarat mutu. Jika terjadi kesalahan dalam memanen akan berakibat fatal bagi burung walet itu sendiri, Ada kemungkinan burung walet merasa terganggu dan pindah tempat. Untuk mencegah kemungkinan tersebut perlu mengetahui Teknik atau pola dan waktu pemanenan. Setelah hasil panen di kumpulkan lalu di lakukan pembersihan dan penyortiran dari hasil yang didapat. Hasil panen di bersikan dari kotoran-kotoran yang menempel kemudian di lakukan pemisahan antara mangkok, sudut dan patahan (Halim, P. 2020).

Selain pengelolaan Sarang Burung Walet, hal penting bagi produsen adalah penjualan sarang burung walet yang akan mempengaruhi harga berdasarkan kualitas sarang yang diperoleh dengan pengelolaan yang baik. Pada tahun 2017, Pengusaha pembudidaya sarang burung walet di Bangka meraup keuntungan besar Bersama naiknya harga sarang burung walet tersebut. Saat ini harga sarang burung walet mencapai 26 juta per kilogram, sehingga memberi keuntungan besar bagi para pengusaha sarang walet. Hasil sarang walet tersebut adalah sarang walet yang sudah dalam keadaan bersih dan higienis. Empat tahun lalu harga sarang burung walet sempat anjlok yakni hanya sekitar 8 juta per kilogram. Kenaikan harga terjadi sejak 6 bulan terakhir dan di prediksi akan terus meningkat. Sehingga pelaku usaha semakin bersemangat untuk terjun membudidayakan dan pengelolaan sarang burung walet (Sri wahyuni, 2018).

Pada era Modern saat ini, pengusaha burung walet di Desa Payung sebagian besar masih banyak menjual produksi sarang burung walet langsung ke perusahaan/pabrik atau masih dengan cara konvensional sehingga keuntungan dari penjualan sarang burung walet di desa payung belum maksimal, dan belum memanfaatkan teknologi modern saat ini. Oleh karena, itu penulis ingin membangun sistem berbasis web dan sosial media dalam menjual hasil produk sarang burung walet yang ada di desa payung untuk meningkatkan hasil penjualan sarang burung walet. Teruntuk itu, sebagai peneliti ingin mempromosikan hasil usaha burung walet agar bisa memperluas target market dengan memanfaatkan Teknologi Modern.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Banyaknya pengusaha sarang burung walet yang belum mengetahui upaya-upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan pengolahan.
2. Banyaknya pengusaha sarang burung walet yang belum memanfaatkan Platform Digital Marketing dalam upaya meningkatkan hasil penjualan.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apa Upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan hasil pengolahan sarang burung walet?
2. Bagaimana Pemanfaatan Digital Marketing dalam upaya meningkatkan hasil penjualan sarang burung walet di Desa Payung?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah berfokus kepada upaya meningkatkan kualitas pengolahan dan strategi penjualan berbasis pemanfaatan platform digital marketing terhadap pengolahan dan penjualan sarang burung walet di Desa Payung, Kecamatan Payung Bangka Selatan.

1.5 Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui Apa Upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan hasil pengolahan sarang burung walet di Desa Payung, Kecamatan Payung Bangka Selatan.
2. Menyusun rencana strategi Pengolahan dan Penjualan berbasis Platform Digital Marketing di desa Payung, Kecamatan Payung Bangka Selatan.

1.6 Manfaat Penulisan

1. Memberikan sebuah ide gagasan baru kepada masyarakat Desa Payung, Kecamatan Payung Bangka selatan yang belum mengenal pemanfaatan Platform Digital Marketing untuk pengolahan dan penjuaklan hasil usahanya.
2. Bagi penulis, penulis dapat mengaplikasikan teori yang sudah di dapat dalam studinya guna membangun dan mengembangkan Bisnis Digital yang dapat mendukung dan meningkatkan mutu pengolahan dan pengembangan penjualan bisnis tertentu.
3. Sebagai bahan informasi dan referensi yang Deskriptif dan dapat diterapkan di tengah perkembangan pesat Bisnis Digital saat ini.