

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Karena teknologi berkembang sangat pesat, kebutuhan terhadap teknologi digital sangat besar. Teknologi digital membantu memenuhi kebutuhan hidup seperti menyediakan fasilitas untuk mengelola dan menyediakan berbagai informasi. Perkembangan teknologi digital sangat membantu dalam perekonomian dunia yaitu penjualan dan branding. Pemasaran digital adalah pendekatan yang memanfaatkan kemajuan Internet dan teknologi interaktif lainnya untuk menciptakan dan menggabungkan dialog antara perusahaan dan konsumennya. Potensi wisata yang dimiliki Kecamatan Lepar Pongok saat ini mempunyai potensi wisata yang sangat besar seperti keindahan alam, warisan budaya dan daya tarik wisata lainnya. Namun, kurangnya publisitas dan visibilitas dapat menghambat pertumbuhan pariwisata dan UMKM yang ada.

Perkembangan Teknologi Digital, termasuk media sosial, website, dan *platform* pemesanan online, telah mengubah cara konsumen mencari informasi dan melakukan pembelian. Pelaku industri perlu memanfaatkan kemajuan ini untuk memperluas jangkauan dan daya tarik produk dan layanan mereka. Peran UMKM di Kecamatan Lepar Pongok memegang peranan penting dalam perekonomian masyarakat setempat. Namun, mereka sering menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara efektif dan menjangkau pasar yang lebih luas. Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Meningkatkan menjadi tujuan utama penerapan teknik pemasaran digital. Dengan memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan UMKM serta mendukung pertumbuhan sektor pariwisata, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan kesempatan kerja bagi penduduk setempat. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, penerapan teknologi digital marketing di industri pariwisata dan UMKM di Kecamatan Lepar Pongok diharapkan dapat menjadi katalisator untuk pertumbuhan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Kebanyakan bisnis yang sudah mapan akan menemui beberapa kendala ketika mengembangkan bisnisnya. Kendalanya terletak pada kurangnya media informasi untuk mempromosikan jenis produk yang ada dan tidak efisiennya pemesanan pembeli. Internet (Web) merupakan suatu teknologi yang banyak digunakan dalam berbagai bidang sebagai media informasi. Media online diimplementasikan berdasarkan kebutuhan pengguna sistem. Metode desain yang digunakan adalah FAST. Metodologi ini menyediakan proses dan strategi praktis untuk berbagai jenis proyek desain. Perancangan sistem didasarkan pada kebutuhan pengelola sistem dan pembeli. Metode FAST dalam menganalisis fitur, solusi, masalah, dan karakteristik pengembangan yang dielaborasi untuk mempermudah perancangan sistem .[1]

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk merancang suatu sistem yang akan digunakan sebagai penelitian dalam tugas akhir. Melalui perancangan sistem ini diharapkan dapat mempermudah dan membantu meningkatkan kinerja pengelolaan data, oleh karena itu pada tugas akhir ini judul penelitiannya adalah “ PENERAPAN TEKNOLOGI DIGITAL MARKETING INDUSTRI PARIWISATA DAN UMKM DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN EKONOMI MASYARAKAT KECAMATAN LEPAR PONGOK”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Permasalahan yang diangkat dalam rangka penerapan teknologi pemasaran digital pada industri pariwisata dan UMKM di Kecamatan Lepar Pongok antara lain:

1. Bagaimana tingkat kesiapan dan pemahaman teknologi pemasaran digital di kalangan pelaku industri pariwisata dan UMKM di Kecamatan Lepar Pongok?
2. Hambatan atau tantangan apa saja yang dihadapi para pelaku industri pariwisata dan UMKM dalam menerapkan teknologi pemasaran digital di lingkungannya?
3. Apa dampak penerapan teknologi pemasaran digital terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat lokal di Kecamatan Lepar Pongok?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian tentang penerapan teknologi digital marketing untuk industri pariwisata dan UMKM di Kecamatan Lepar Pongok dapat mencakup hal-hal berikut:

1. **Lingkup Geografis:** Penelitian akan difokuskan secara khusus pada Kecamatan Lepar Pongok sebagai lokasi studi, dengan mempertimbangkan karakteristik, potensi, dan tantangan yang unik di wilayah tersebut.
2. **Sektor Industri:** Penelitian akan membatasi diri pada industri pariwisata dan UMKM sebagai fokus utama, dengan mempertimbangkan peran mereka dalam perekonomian lokal dan potensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
3. **Teknologi Digital Marketing:** Penelitian akan mengeksplorasi berbagai aspek teknologi digital marketing seperti media sosial, situs web, platform pemesanan online, dan strategi konten kreatif, dengan mempertimbangkan relevansinya dalam konteks industri pariwisata dan UMKM.
4. **Perspektif Pelaku Industri:** Penelitian akan menitikberatkan pada pandangan, pengalaman, dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku industri pariwisata dan UMKM di Kecamatan Lepar Pongok terkait dengan penerapan teknologi digital marketing.
5. **Dampak Ekonomi dan Sosial:** Penelitian akan mengevaluasi dampak dari penerapan teknologi digital marketing terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, pendapatan pelaku industri, aksesibilitas produk dan layanan, serta partisipasi masyarakat dalam sektor pariwisata dan UMKM.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat**

#### **1.4.1 Tujuan penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan riset dan analisis yang akan di jelaskan sebagai berikut:

1. Menganalisis tingkat kesiapan dan pemahaman pelaku industri pariwisata dan UMKM di Kecamatan Lepar Pongok terhadap teknologi digital marketing.

2. Mengidentifikasi hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam menerapkan teknologi digital marketing dalam industri pariwisata dan UMKM.
3. Mengembangkan strategi teknologi digital marketing yang efektif untuk meningkatkan eksposur dan daya saing produk dan layanan pariwisata serta UMKM di wilayah tersebut.
4. Mengevaluasi dampak dari penerapan teknologi digital marketing terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Lepar Pongok.
5. Menganalisis peran pemerintah dan lembaga terkait dalam mendukung implementasi teknologi digital marketing bagi industri pariwisata dan UMKM di wilayah tersebut.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang potensi penerapan teknologi digital marketing sebagai mana yang akan di jelaskan sebagai berikut:

1. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan dan potensi penerapan teknologi digital marketing dalam industri pariwisata dan UMKM di Kecamatan Lepar Pongok.
2. Memberikan panduan bagi pelaku industri, pemerintah, dan lembaga terkait dalam mengembangkan strategi dan kebijakan yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui teknologi digital marketing.
3. Mendorong inovasi dan kolaborasi antar pelaku industri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing produk dan layanan mereka.
4. Memberikan data empiris yang dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan terkait investasi dan pengembangan infrastruktur digital di Kecamatan Lepar Pongok.
5. Mendorong peningkatan literasi digital dan keterampilan teknologi bagi pelaku industri dan masyarakat setempat secara keseluruhan.



## 1.5 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan tinjauan penelitian terdahulu merupakan referensi terkait penelitian yang dilakukan penulis sebagai berikut:

Jurnal pertama Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE) Vol. 7, No. 03, Agustus 2023, pp. 369~380 “ ANALISIS PENGARUH TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI PULAU JAWA “ Milda Rizki Rochmahwati. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh teknologi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Pulau Jawa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan regresi data panel. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable pengguna smartphone, nilai transaksi e-commerce tenaga kerjadan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet negatif dan signifikan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi.[2]

Jurnal kedua “ Tantangan dan Peluang Teknologi dalam Dinamika Kehidupan di Era Teknologi” Chica Awaliyah\*, Dinda Oktaviana, Yusuf Tri Herlambang Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia\*E-mail Korespondensi:chicaawaliyah@upi.eduGenesis. Dalam era teknologi yang terus berkembang, masyarakat marginal menghadapi tantangan signifikan terkait akses terbatas ke teknologi, yang dapat memengaruhi aspek-aspek seperti pendidikan, kesempatan kerja, perawatan kesehatan, dan partisipasi sosial. Tujuan penelitian ini membahas tentang pentingnya memahami dampak teknologi pada masyarakat marginal serta mencari cara untuk mengatasi ketidaksetaraan dalam teknologi melalui investasi dan regulasi yang mendukung inklusi digital. Metode penelitian ini adalah studi literatur atau penelitian kepustakaan, peneliti memanfaatkan berbagai literatur untuk memperoleh data penelitian serta menggunakan pendekatan kualitatif karena data yang dihasilkan berupa deskripsi. Hasil penelitian ini tantangan dan peluang dalam dinamika kehidupan di era teknologi dapat dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan teknologi, dalam hal ini keamanan dan tantangan inklusi digital juga menjadi fokus penekanan pada peran pemerintah dan LSM

dalam mempromosikan inklusi digital dan perlunya implementasi etis dalam memastikan keselamatan dan keadilan.[3]

Jurnal ke tiga dari Armianiarmiani-2016@feb.unair.ac.id Basuki Noorlailie Suwarno Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga Surabaya.

“ TEKNOLOGI DIGITAL MEMEDIASI DAMPAK STRATEGI BISNIS TERHADAP KINERJA UMKM DI NUSA TENGGARA BARAT ”. Penggunaan teknologi digital (e-commerce dan social media) dapat meningkatkan pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menguji teknologi digital memediasi dampak strategi bisnis terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan penelitian eksplanatory, metode observasi dan kuesioner, dengan sampling purposive pada produk pangan bersertifikat dan berlabel halal, UMKM yang bertransaksi bisnis dengan menggunakan e-commerce dan social media pada tahun 2017-2019 di NTB, sampel sebanyak 650 UMKM dengan respon rate 536 UMKM. Alat analisis yang digunakan SmartPLS. Temuan menunjukkan bahwa teknologi digital memediasi secara parsial strategi bisnis terhadap kinerja UMKM. Teknologi digital merupakan variabel perantara yang mampu berkompatitif dipasar global, dikarenakan para pelaku UMKM dapat melakukan pemasaran secara online, sehingga produknya dikenal dan dapat meningkatkan penjualan. Strategi bisnis yang diterapkan yaitu strategi cost leadership ditinjau dari; dominan produk komoditi, proses produksi menggunakan alat tradisional, kurangnya pengembangan produk baru, minimnya kerjasama dengan reseller. Kinerja keuangan mengalami peningkatan penjualan dan laba usaha, kinerja nonkeuangan mengalami peningkatan; kualitas layanan, kualitas produk, pencapaian target produksi dan memberi informasi tentang efektifitas, pemanfaatan teknologi digital pada strategi bisnis terhadap peningkatan kinerja UMKM.[4]

Jurnal ke empat dari Muhammad Alifanda Pramaswara, Moh. AthoillahEkonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Indonesia. “PENGARUH INKLUSI KEUANGAN DI ERA

EKONOMI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI ”. Inklusi keuangan telah menjadi salah satu kebijakan pemulihan ekonomi nasional (PEN). Melalui layanan jasa keuangan yang bertransformasi menjadi layanan yang berbasis digital diharapkan dapat mendorong pertumbuhan. Studi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara inklusi keuangan dan pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini menggunakan model pertumbuhan konvergensi untuk melihat bagaimana pengaruh indikator Inklusi keuangan dan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) terhadap pertumbuhan ekonomi di 34 provinsi di Indonesia pada tahun 2015-2021. Data yang digunakan bersumber dari Badan Pusat Statistik Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan Inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan. Dana pihak ketiga dan rasio tabungan memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan variabel kantor cabang bank dan pengguna handphone tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil estimasi ini juga menunjukkan bahwa daerah yang kurang maju mengejar daerah yang lebih maju.[5]

Jurnal selanjutnya dari Alamsyah Agit1\*,Hasmawati2,Sahurri3,Sari Yunus4,Fitriyani Syukri5,Prodi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam DDI Sidenreng Rappang2 ,4Program Studi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam DDI Sidenreng Rappang5Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah EmailKorespondensi:alamsyahagit@gmail.com” PERAN DAN KONTRIBUSI TEKNOLOGI DALAM MENUNJANG POTENSI EKONOMI MASYARAKAT DIWILAYAH PEDESAAN ”. Perkembangan teknologi yang semakin cepat, memunculkan berbagai perubahan di masyarakat, dampak teknologi dapat dilihat dalam berbagai bidang, salah satunya pada bidang ekonomi, baik pada industri besar, multinasional, maupun industri lokal, hal ini menjadikan adanya Pembeda antara industri yang memiliki modal besar dan industri. Industri lokal yang umumnya ditemukan di pedesaan, namun industri tersebut banyak memiliki produk yang tercipta dari kreativitas pemilik usaha, masalah yang umum nya terjadi terletak pada kemampuan para pemilik usaha untuk menggunakan dan memaksimalkan teknologi untuk

mendukung bisnis mereka. Kemudahan akses informasi yang tidak terbatas konteksnya, menjadikan proses belajar menjadi mudah, begitupun untuk para pemilik usaha di wilayah pedesaan. Tujuan penelitian ini untuk menelusuri bagaimana teknologi berkontribusi dalam menunjang potensi yang dimiliki industri-industri kreatif di wilayah pedesaan. Berbagai penelitian dan data empiris, penelitian ini menemukan hasil yang menyatakan bahwa akses teknologi yang semakin mudah dipahami, mendorong masyarakat untuk belajar, terutama dalam hal social media marketing dan digital marketing, selain melalui internet, upaya dalam menunjang potensi ekonomi masyarakat di wilayah pedesaan juga dilakukan oleh akademisi melalui pelaksanaan pelatihan, seminar, dan workshop yang tujuannya adalah meningkatkan pemahaman masyarakat tentang penggunaan teknologi dalam pengelolaan bisnis. Selain itu ditemukan indikasi yang menyatakan bahwa dengan adanya teknologi, jangkauan wilayah pemasaran pemilik usaha menjadi lebih luas, dengan memanfaatkan media online dan melakukan pemasaran secara offline.[6]

