

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian global, termasuk di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM memiliki peran yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dibandingkan dengan perusahaan besar, kehadiran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat membantu pemerintah dalam menyerap tenaga kerja dan memberikan kontribusi sebesar 61% terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, di sisi lain, UMKM belum optimal dalam memberikan kontribusi ekspor yang signifikan karena kurangnya pemahaman dalam pemasaran digital¹. Menyusul persaingan yang semakin ketat di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta memperhatikan kemajuan dalam Teknologi Informasi dan Komunikasi, penting bagi UMKM untuk terus mengembangkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital. Pemasaran produk secara *online*, yang dikenal juga sebagai pemasaran digital, diyakini dapat memperkuat daya saing UMKM dan meningkatkan jangkauan bisnisnya secara global².

Penggunaan teknologi digital secara aktif untuk mendukung pemasaran memberikan keunggulan dalam mempertahankan pelanggan. Hal ini karena teknologi digital memfasilitasi komunikasi interaktif, terarah, dan terukur, yang dapat menarik pelanggan dan membentuk hubungan jangka panjang serta kepercayaan. Dengan memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka hingga 78%³. Dalam strategi

¹ Nursyamsi, dalam Hendriyanto, R., Muhamad, W., Nugroho, H., Agung, A., et al P. (2022.). Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat Implementasi Digital Signage untuk Digital Marketing Produk UMKM pada Komunitas Sentra Kreasi Bandung. <https://doi.org/10.55983/empjcs.v1i6.321>, hal 841

² Maulidasari, C. D., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar, 2(1), 63. <https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>

³ Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing Ukm Di Indonesia. Seminar Keuangan dan Bisnis IV UPI 2015. Hal. 334

pemasaran digital, pelaku UMKM dapat menggunakan media sosial sebagai saluran *online* alternatif untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat citra produk UMKM. Media sosial menjadi fokus perhatian pelanggan yang telah terbiasa dengan internet di era informasi saat ini.

Pemanfaatan pemasaran digital memiliki beberapa keunggulan. Pertama, kemampuan untuk menargetkan *audiens* sesuai dengan demografi, lokasi, gaya hidup, dan kebiasaan mereka. Kedua, hasilnya dapat terlihat dengan cepat, memungkinkan penyesuaian atau perubahan yang diperlukan secara tepat waktu. Ketiga, biayanya lebih terjangkau dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Keempat, jangkauannya lebih luas karena tidak terbatas oleh batas geografis. Kelima, dapat diakses kapan pun, tanpa terikat oleh waktu. Keenam, hasilnya dapat diukur dengan metrik seperti jumlah pengunjung situs atau jumlah pembelian *online*. Ketujuh, kampanye dapat dipersonalisasi untuk *audiens* tertentu. Terakhir, dapat menciptakan keterlibatan dengan konsumen melalui komunikasi langsung dan dua arah, memungkinkan pelaku usaha untuk membangun hubungan dan kepercayaan dengan konsumen. Namun, pemasaran digital juga memiliki kelemahan, seperti rentan terhadap peniruan oleh pesaing, penyalahgunaan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, potensi merusak reputasi akibat tanggapan negatif, dan belum merata penggunaan teknologi internet/digital oleh semua orang.⁴

Berdasarkan hal tersebut, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di DKI Jakarta memiliki kesempatan untuk mengembangkan usaha mereka melalui Program Jakpreneur. Program ini merupakan salah satu Kegiatan Strategis Daerah (KSD) yang diinisiasi oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dengan dasar hukum dari Peraturan Gubernur Nomor 2 Tahun 2020. Jakpreneur merupakan penyempurnaan dari Program OKE OCE yang dimulai pada tahun 2018 serta Pengembangan Kewirausahaan Terpadu (PKT) pada tahun 2019. Pemprov DKI Jakarta menghadirkan Jakpreneur sebagai sebuah platform yang mendukung kreasi, fasilitasi, dan kolaborasi dalam pengembangan UMKM melalui ekosistem kewirausahaan yang melibatkan start-up, institusi pendidikan, dan lembaga pembiayaan. Dalam pelaksanaan

⁴ Ibid. Hal. 335

Program Jakpreneur ini, program ini diampu oleh 6 Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), yang terdiri dari: 1) Dinas Perindustrian Perekonomian Usaha Kecil dan Menengah (PPUKM), 2) Dinas Sosial, 3) Dinas Tenaga Kerja, 4) Dinas Pariwisata & Ekonomi Kreatif, 5) Dinas Ketahanan Pangan Kelautan & Perikanan, dan 6) Suku Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk (Sudin PPAPP). Masing masing SKPD ini memiliki peran dalam pelaksanaan Program Jakpreneur ini seperti, pada Dinas Tenaga Kerja yang menjurus kepada masyarakat yang belum memiliki pekerjaan akan diberdayakan untuk memulai usaha. Adapun Suku Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk bertujuan untuk memberdayakan komunitas perempuan seperti PKK dalam mendirikan usaha dan kegiatan serupa.

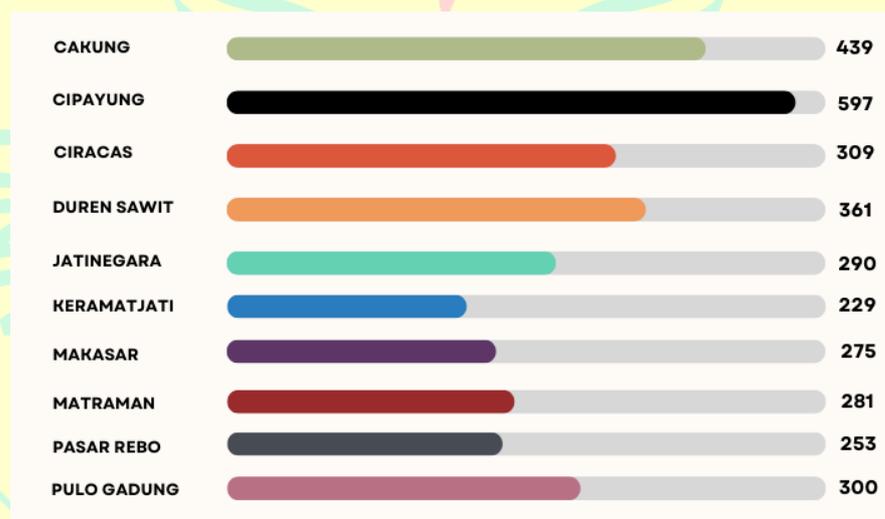


Diagram 1.1 Jumlah UMKM Binaan Jakpreneur Sudin PPAPP Kota Administrasi Jakarta Timur

(Sumber: Website Resmi Jakpreneur)

Salah Satu SKPD di wilayah kabupaten/kota terkhusus untuk wilayah Kota Administrasi Jakarta Timur melalui Suku Dinas PPAPP kota Administrasi Jakarta Timur dan di bawah Seksi Pemberdayaan Masyarakat juga melaksanakan Program Jakpreneur. Berdasarkan data dari website resmi Jakpreneur DKI Jakarta sampai dengan bulan Oktober Tahun 2023 UMKM binaan Sudin PPAPP Kota Administrasi Jakarta Timur berjumlah 3.334 UMKM.

Dari setiap wilayah tersebut didampingi oleh 1 orang pendamping Jakpreneur di setiap kecamatannya. Pendamping Jakpreneur adalah seseorang atau individu yang mempunyai tugas menjalankan program kewirausahaan dengan tahapan 7P (P1 (Pendaftaran), P2 (Pelatihan), P3 (Pendampingan), P4 (Perizinan), P5 (Pemasaran), P6 (Pelaporan Laporan), P7 (Permodalan)). Selain itu pendamping Jakpreneur bertanggung jawab mendampingi binaan atau pelaku usaha untuk mengembangkan usaha yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha dengan mengikuti tahapan tahapan yang ada. Hal itu selaras dengan Peraturan Gubernur No. 2 Tahun 2020 Pasal 16 Ayat 2⁵ yang menyebutkan jika pendamping dari Jakpreneur memiliki tanggung jawab untuk memberikan bantuan teknis dan panduan kepada para pelaku usaha dalam berbagai aspek, seperti pemasaran, permodalan, pelaporan keuangan, serta memberikan dukungan moral yang positif, menyediakan gagasan kreatif untuk meningkatkan usaha, dan membantu menemukan solusi atas masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha.



Diagram 1.2 Jumlah UMKM Kecamatan Cipayung Binaan Jakpreneur Sudin PPAPP Kota Administrasi Jakarta Timur

(Sumber: Website Resmi Jakpreneur)

Berdasarkan data yang diambil dari website resmi Jakpreneur DKI Jakarta (Diagram 1.2), terungkap bahwa Kecamatan Cipayung menjadi wilayah dengan jumlah UMKM binaan Jakpreneur terbanyak, mencapai 597 UMKM. Distribusi UMKM tersebut tersebar di 8 wilayah kelurahan, di mana Kelurahan Cipayung

⁵ Peraturan Gubernur No. 2 Tahun 2020 Pasal 16 Ayat 2 Tentang Penyelenggaraan Pengembangan Kewirausahaan Terpadu

sebagai wilayah paling banyak, dengan total 161 UMKM binaan. Melihat fakta bahwa Kelurahan Cipayung memimpin dalam jumlah binaan UMKM, peneliti tertarik untuk menyelidiki sejauh mana pelaku UMKM di Kelurahan Cipayung telah memahami secara spesifik tentang pemasaran digital.

Sejak Tahun 2020 - Oktober 2023, berdasarkan data dari Sudin PPAPP Kota Administrasi Jakarta Timur. Kegiatan pelatihan yang berkaitan dengan pemasaran digital sudah diselenggarakan sebanyak 6 kali baik secara daring maupun luring. Tidak banyak dari 6 pelatihan tersebut yang berasal dari dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Seksi Pemberdayaan Masyarakat, kebanyakan pelatihan yang diselenggarakan dapat berjalan berdasarkan kolaborasi antara mitra dan tim pendamping Jakpreneur. Informasi tersebut didapatkan berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama Staf Seksi Pemberdayaan Masyarakat yaitu Ibu Nur A'dli Yuni Utami pada tanggal 14 November 2023 yang menyatakan "Program Jakpreneur Di Sudin PPAPP Jakarta Timur dinaungi oleh Seksi Pemberdayaan Masyarakat. Dalam salah satu tahap pelaksanaannya yaitu pelatihan, biasanya diselenggarakan sesuai dana APBD, tahun 2019 sampai dengan 2021 dikarenakan pandemi Covid-19 sehingga banyak dana yang harus di *refocusing* sehingga tidak ada kegiatan pelatihan yang bisa kami jalankan, kecuali terdapat mitra yang ingin melaksanakan kolaborasi kegiatan pelatihan dengan tim pendamping Jakpreneur, tetapi untuk tahun 2023 terdapat pelatihan *softskill* yang salah satu materinya berkaitan dengan pemasaran yang diikuti oleh pelaku UMKM Se-Jakarta Timur yang dapat dimanfaatkan ilmunya, pelatihan tersebut dilaksanakan pada Kamis, 13 April 2023 dengan nama kegiatan "Pelatihan *Softskill* Jakpreneur 2023".

Berdasarkan informasi tersebut, peneliti mencoba mendalami data absensi peserta kegiatan (Lampiran 2). Dapat diketahui terdapat 103 pelaku UMKM binaan yang mengikuti kegiatan Pelatihan *Softskill* Jakpreneur 2023. Sayangnya, dari jumlah peserta tersebut, hanya 15 peserta yang berasal dari UMKM binaan wilayah Kecamatan Cipayung, dan hanya 4 peserta yang berasal dari wilayah Kelurahan Cipayung. Mengacu pada data tersebut, peneliti kemudian mengirimkan instrumen kepada keempat peserta yang berasal dari wilayah

Kelurahan Cipayung. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil dari kegiatan Pelatihan *Softskill* Jakpreneur 2023, khususnya dalam materi pemasaran, apakah telah meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terkait dengan strategi pemasaran.

Dari hasil instrumen kuesioner keempat peserta yang sudah diidentifikasi (Lampiran 2), dapat disimpulkan bahwa Pelatihan *Softskill* Jakpreneur 2023, terutama dalam aspek pemasaran digital, belum sepenuhnya berhasil meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Cipayung. Dari hasil pertanyaan apakah responden memiliki pemahaman mengenai konsep pemasaran digital. Tiga dari empat responden menjawab “Hanya tahu saja”, sementara satu responden lainnya menyatakan bahwa ia "Tidak tahu". Selain itu, peneliti juga menanyakan apakah pelatihan telah meningkatkan pengetahuan mengenai pemasaran digital. Tiga dari empat responden menjawab “Tidak”, sementara satu responden lainnya menyatakan bahwa ia "Mungkin". Hasil tersebut mencerminkan bahwa pemahaman tentang pemasaran digital di kalangan pelaku UMKM di wilayah tersebut masih perlu ditingkatkan.

Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Ibu Herlina, selaku pendamping Jakpreneur di wilayah Kecamatan Cipayung pada tanggal 16 November 2023, diungkapkan bahwa Kelurahan Cipayung memiliki jumlah UMKM binaan terbanyak dibandingkan wilayah lain di Kecamatan Cipayung, yaitu sebanyak 161 UMKM. Mayoritas dari UMKM tersebut bergerak di bidang kuliner. Sebagai pendamping, Ibu Herlina menyadari pentingnya pengetahuan tentang pemasaran digital bagi pelaku UMKM. Ibu Herlina menjelaskan bahwa Program Jakpreneur, yang dikelola oleh Sudin PPAPP Kota Administrasi Jakarta Timur di dalam seksi Pemberdayaan Masyarakat, telah memberikan fasilitasi pelatihan terkait pemasaran digital kepada pelaku UMKM. Namun, untuk wilayah Kelurahan Cipayung sendiri, masih terdapat kendala karena sebagian pelaku UMKM di wilayah tersebut belum banyak yang dapat mengikuti pelatihan tersebut. Terutama ketika pelatihan dilakukan secara luring atau *offline*, pelaku UMKM mengungkapkan bahwa lokasi Sudin atau Kantor Walikota Jakarta Timur terlalu jauh dari tempat tinggal mereka.

Keterangan tersebut diperkuat oleh Bapak Dede Irawan, Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Sudin PPAPP Kota Administrasi Jakarta Timur, pada tanggal 17 November 2023. Beliau menyatakan bahwa Kelurahan Cipayung memiliki pencapaian luar biasa dalam menjalankan UMKM, terbukti dengan keikutsertaan 161 UMKM binaan dalam Program Jakpreneur. Namun, disayangkan banyak pelaku UMKM di wilayah tersebut yang masih minim berpartisipasi pada pelatihan pemasaran yang diselenggarakan oleh Sudin PPAPP dan mitranya. Bapak Dede Irawan menyampaikan persetujuannya terhadap pentingnya pemasaran, khususnya pemasaran digital, sebagai sarana pengembangan bagi pelaku UMKM. Beliau mengakui bahwa peningkatan pengetahuan terkait pemasaran digital dapat memberikan manfaat besar bagi pelaku UMKM, seperti kemampuan memasarkan produk melalui *Marketplace* atau *E-commerce*, meningkatkan kesadaran merek melalui media sosial, dan berbagai ilmu lainnya terkait pemasaran digital. Dalam konteks ini, Bapak Dede Irawan berpendapat bahwa diperlukan suatu produk atau wadah yang memudahkan para pelaku UMKM mengakses pengetahuan tersebut selain melalui pelatihan. Beliau juga menekankan perlunya identifikasi terhadap media yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM untuk memenuhi kebutuhan mereka terkait pengetahuan pemasaran digital.

Berdasarkan kedua pernyataan tersebut, peneliti melakukan identifikasi terhadap para pelaku UMKM yang belum mengikuti Pelatihan *Softskill* Jakpreneur 2023 yang diselenggarakan oleh Pendamping Jakpreneur dan Mitra di wilayah Kelurahan Cipayung. Peneliti berhasil mendapatkan keterangan dari 16 pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Cipayung menggunakan metode pengumpulan data kuesioner (Lampiran 4). Berdasarkan hasil pengumpulan data peneliti menemukan bahwa 13 dari 16 responden hanya memiliki pengetahuan dasar terkait pemasaran digital dan belum memahami secara spesifik bagaimana cara kerja pemasaran digital dan kegunaan lainnya melalui platform tersebut, bahkan 2 dari 16 responden tidak mengetahui pemasaran digital dan hanya 1 dari 16 responden yang memberikan jawaban memiliki pengetahuan secara spesifik terkait pemasaran digital.

Berdasarkan data kuesioner juga ditemukan bahwa dari 16 pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Cipayung, sebanyak 10 pelaku UMKM telah menggunakan pemasaran digital. Platform pemasaran digital yang digunakan adalah Instagram, Facebook, Status Whatsapp, dan *E-Commerce*. Aktivitas mengunggah konten paling banyak dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu. Namun, masih terdapat 6 pelaku UMKM yang belum menggunakan pemasaran digital. Dari 10 UMKM yang telah menggunakan platform pemasaran digital, 9 diantaranya menyatakan belum puas dengan pemasaran yang telah mereka jalankan. Berdasarkan kesimpulan data tersebut mereka masih mengalami kendala dalam mengimplementasikan terkait pemasaran digital.

Berdasarkan data tersebut, 16 pelaku UMKM menyatakan sangat tertarik untuk meningkatkan pengetahuan terkait pemasaran digital dengan harapan dapat meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Berdasarkan data temuan lapangan, para pelaku UMKM memilih ketertarikan pada media pembelajaran pemasaran digital yaitu media pembelajaran berbasis website. Hal ini didasari berdasarkan pendapat ke-16 responden yang menyatakan bahwa media pembelajaran tersebut lebih mudah diakses dan efisien dalam hal waktu, dapat diakses kapan pun dan di mana pun, sehingga memudahkan pelaku UMKM untuk belajar pemasaran digital.

Website adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan berbagai informasi, teks, gambar, animasi, suara, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut, baik dalam bentuk statis maupun dinamis. Halaman-halaman ini saling terhubung dalam suatu rangkaian dan diakses melalui jaringan. Dalam konteks penggunaannya, media pembelajaran berbasis website bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dengan menyediakan sumber informasi yang kaya. Teknologi yang digunakan dalam media pembelajaran ini memungkinkan penggunaannya secara praktis di mana saja dan kapan saja. Media pembelajaran website juga ditandai dengan interaktivitas dalam penyampaian informasi, dimana berbagai elemen multimedia digunakan untuk menciptakan konten yang menarik dan sistematis. Selain itu, website ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik pengguna.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menggali potensi media pembelajaran berbasis website untuk meningkatkan pengetahuan di Pendidikan Formal, mulai dari sekolah dasar hingga menengah pertama. Misalnya, penelitian sebelumnya telah berhasil mengembangkan media pembelajaran berbasis website untuk mata pelajaran Materi Sistem Gerak Manusia kelas VIII yang dinyatakan valid dan praktis untuk pembelajaran Sistem Gerak Manusia kelas VIII pada penelitian tersebut,⁶ lalu terdapat penelitian pengembangan media pembelajaran berbasis website untuk meningkatkan hasil belajar siswa Kelas 3 Madrasah Ibtidaiyah yang di mana memberikan hasil tingkat keberhasilan dengan predikat sangat efektif.⁷ Berdasarkan temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan ini efektif dalam konteks pendidikan formal. Namun, dalam penelitian ini, peneliti mengambil pendekatan yang berbeda dengan memfokuskan pada pengembangan media pembelajaran berbasis website untuk meningkatkan pengetahuan pemasaran digital bagi pelaku UMKM, khususnya orang dewasa. Dengan demikian, penelitian ini akan memperluas kontribusi sebelumnya dengan mengaplikasikan media pembelajaran berbasis website ke dalam ranah pemasaran digital untuk khalayak yang berbeda.

Dengan keunggulan-keunggulan tersebut, media pembelajaran berbasis website dapat menjadi salah satu pendekatan yang relevan dengan kajian Pendidikan Masyarakat, di antaranya: (1) Prinsip belajar partisipatif. Media pembelajaran berbasis website dapat memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembelajaran. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai fitur interaktif, seperti kuis, dan forum diskusi. (2) Prinsip belajar kontekstual. Media pembelajaran berbasis website dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan bahasa dan materi yang sesuai dengan latar belakang masyarakat. (3) Prinsip belajar berkelanjutan. Media pembelajaran

⁶ Alfian Hamdani (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Website Menggunakan Google Sites pada Materi Sistem Gerak Manusia untuk Peserta Didik SMP/MTs Kelas VIII

⁷ Saidah, Lathifatul. (2022). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Website Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa. Skripsi. Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

berbasis website dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Hal ini dapat mendukung proses pembelajaran yang berkelanjutan. Dapat disimpulkan pengembangan media pembelajaran berbasis website untuk meningkatkan pengetahuan pemasaran digital bagi pelaku UMKM merupakan salah satu upaya yang relevan untuk meningkatkan kualitas Pendidikan Masyarakat.

Berdasarkan landasan dari analisis permasalahan di atas, diperlukan pengembangan media pembelajaran berbasis website dengan tujuan sebagai inovasi baru untuk meningkatkan pengetahuan pemasaran digital bagi pelaku UMKM. Pengembangan Media Pembelajaran berbasis website dilakukan melalui kegiatan penelitian *Research and Development* dengan judul **“Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Website Dalam Meningkatkan Pengetahuan Pemasaran Digital UMKM Binaan Jakpreneur Wilayah Kelurahan Cipayung”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang terdapat pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pelatihan pemasaran digital yang didapat belum menjangkau seluruh pelaku UMKM binaan Jakpreneur Kelurahan Cipayung
2. Masih terdapat pelaku UMKM binaan Jakpreneur Kelurahan Cipayung yang belum mengetahui secara spesifik mengenai pemasaran digital.
3. Media pembelajaran yang sebelumnya sudah ada belum dapat diakses secara mandiri oleh pelaku UMKM binaan Jakpreneur Kelurahan Cipayung, meskipun ketertarikan terhadap pemasaran digital sangat tinggi.

C. Pembatasan Masalah

Berangkat dari beberapa permasalahan yang berhasil diidentifikasi oleh peneliti, berikut adalah pembatasan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Media

Media yang dikembangkan oleh peneliti adalah media pembelajaran berbasis website sebagai sumber belajar untuk menambah pengetahuan bagi pelaku UMKM binaan Jakpreneur Kelurahan Cipayung terkait dengan strategi pemasaran digital. Media yang dikembangkan membutuhkan 1 orang ahli media dan 1 ahli materi untuk menilai terkait dengan aspek media dan materi.

2. Materi

Materi yang terdapat pada media pembelajaran berbasis website ini terdiri dari tiga poin yang dapat dipelajari dan diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan para pelaku UMKM binaan Jakpreneur Kelurahan Cipayung, yaitu:

- a. Dasar-Dasar Pemasaran Digital
- b. Strategi Pemasaran Digital Untuk UMKM
- c. Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi dan beberapa pembatasan masalah di atas, selanjutnya perlu adanya rumusan masalah yang di antaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pengembangan media pembelajaran berbasis website dalam meningkatkan pengetahuan pemasaran digital bagi pelaku UMKM binaan Jakpreneur Kelurahan Cipayung
2. Bagaimana kelayakan media pembelajaran berbasis website dalam meningkatkan pengetahuan pemasaran digital bersumber pada penilaian dari ahli media dan ahli materi

E. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian pengembangan media pembelajaran berbasis website ini diharapkan mampu memberikan manfaat diantaranya untuk:

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan bagi peneliti mengenai pemasaran digital dan pengembangan media pembelajaran di masyarakat.

2. Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Binaan Jakpreneur di Wilayah Kelurahan Cipayung

Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) binaan Jakpreneur di wilayah Kelurahan Cipayung dapat meningkatkan pengetahuan, pemahaman serta keterampilan dalam strategi pemasaran digital untuk produk yang akan mereka pasarkan nantinya, serta akan mendapatkan media pembelajaran berbasis website yang dapat diakses secara mandiri oleh para Pelaku UMKM di mana pun dan kapan pun secara praktis.

3. Bagi Program Studi Pendidikan Masyarakat

Sebagai bahan masukan untuk mahasiswa Pendidikan Masyarakat dalam mengembangkan media pembelajaran yang kreatif, inovatif, dan menarik mengenai pengembangan media pembelajaran berbasis website strategi pemasaran digital untuk UMKM