

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Selaras dengan perkembangan zaman yang semakin cepat, teknologi juga berkembang sama pesatnya. Saat ini kita hidup berdampingan dengan apapun yang berbau digital. Tidak bisa menampik kenyataan bahwa digitalisasi mengubah cara kita hidup secara signifikan. BPS (Badan Pusat Statistik) pada artikelnya yang diterbitkan pada tahun 2023 menyatakan bahwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia, terdapat 221.563.479 jiwa jumlah pengguna internet pada tahun 2024.¹

Masyarakat perlu memiliki kemampuan literasi digital dalam mengakses internet. Literasi digital bukan hanya sekedar membaca informasi yang ada di laman dalam jaringan saja. Literasi digital juga mencakup mencari informasi yang akurat, membuat dan atau mengelola media sosial, berkomunikasi dan lain-lain. Tentang bagaimana kita bisa memanfaatkan teknologi yang ada secara maksimal dan bijak. Ketika kemampuan literasi digital dimiliki seseorang, maka hal tersebut dapat membuka peluang yang lebih salah satunya di bidang ekonomi.

Usaha mikro di Indonesia terbilang sangat menjamur. Pada tahun 2023, jumlah usaha menengah dan kecil telah mencapai 65,5 juta unit. Berdasarkan data Kementrian Koperasi dan UMKM, jumlah ini meningkat 1,7% dibandingkan tahun sebelumnya. Dari jumlah 65,5 juta tersebut, 97% adalah usaha mikro, 2% usaha kecil dan 1% usaha menengah. Data BPS menyebutkan bahwa kontribusi UMKM terhadap produk domestik Bruto (PDB) menduduki tingkat 61% yang bisa dikatakan senilai 9.580 triliun rupiah. Mengutip dari KEMENKOPUKM, penyerapan tenaga kerja oleh UMKM sangat besar yaitu 97% dari tenaga kerja. Dapat diartikan UMKM sangat memberikan manfaat bahkan

¹ <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/c1bacde03256343b2bf769b0/statistik-indonesia-2024.html> diakses pada 29 Juli 2025

mampu menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan dapat mengambil peran penting dalam menciptakan lapangan kerja.

Dilansir dari APJII, Tingkat penetrasi internet Indonesia mengalami peningkatan 1,4% dibandingkan dengan tahun lalu yakni di tahun 2024 mencapai 79,5% menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat dapat mengakses internet dan ekonomi berbasis digital punya potensi untuk bertumbuh ke arah positif kedepannya. Tingginya pengguna internet saat ini bisa menguntungkan pelaku usaha untuk memasarkan produk atau jasa yang dimiliki lewat pemasaran digital sehingga dalam hal ini pelaku usaha tidak lagi hanya mengandalkan pemasaran konvensional saja. Potensi UMKM dengan melakukan digitalisasi akan memberikan peran dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia menurut DISPS. Digitalisasi UMKM lewat pemasaran digital dapat meningkatkan visibilitas produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha dengan ikut terjun ke dalam ekosistem media *online*.

Manfaat lainnya mengenai digitalisasi UMKM tentu saja akan dirasakan oleh pelaku UMKM tersebut dan juga lingkungan di sekitarnya. Berdasarkan laporan INDEF (*Institute of Economics and Finance*) mengenai Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia tercatat bahwa 24,42 persen pelaku usaha mikro yang memulai usahanya dalam *offline* menuju *online* mengaku mengalami penambahan jumlah tenaga kerja, 71,43 persen diantaranya menambah tenaga kerja menjadi 2 orang. Terlihat bahwa UMKM yang melakukan digitalisasi dapat membantu menciptakan lapangan pekerjaan. Selanjutnya dari sisi omzet, terdapat kenaikan di rata-rata tahunan. Diantaranya

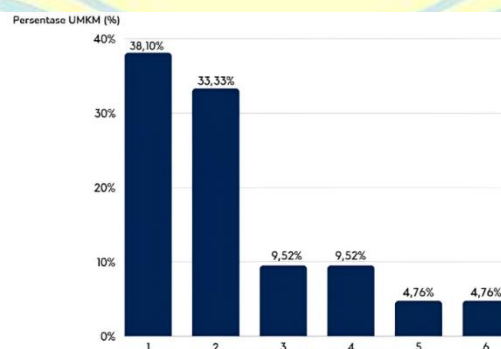


Diagram 1. 1 Jumlah Penambahan Tenaga Kerja

sebanyak 66,28 persen mengalami kenaikan omzet rata-rata tahunan hingga 50 persen setelah menggunakan platform online untuk usahanya.

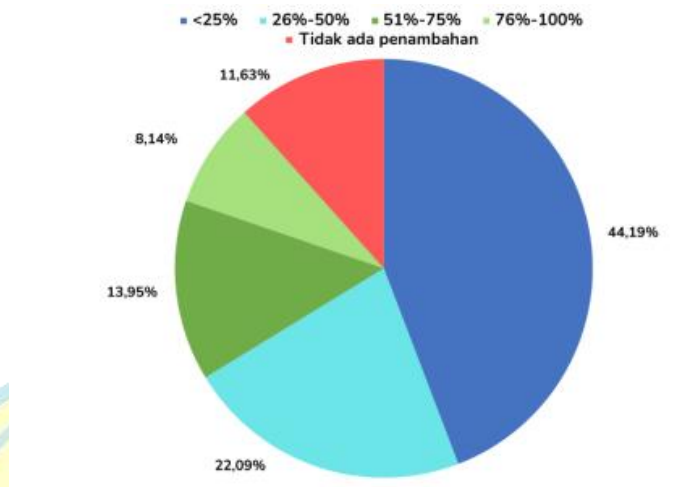


Diagram 1. 2 Jumlah Peningkatan Omzet

Kelebihan era digital di masa kini memang banyak, namun masih ada masyarakat lingkungan sekitar kita yang belum bisa atau belum mampu memanfaatkan teknologi yang sudah tersedia. Padahal selain dimanfaatkan untuk akses bertukar pesan pribadi, di era digital ini kita bisa memanfaatkan akses yang ada untuk menjangkau konsumen di luar lingkungan sekitar tempat tinggal.

Terlepas dari peran digitalisasi yang nyata manfaatnya untuk pelaku usaha, banyak dari masyarakat yang memiliki usaha *offline* belum memasarkan usahanya secara *online* atau digital. Berdasarkan observasi dan penyebaran angket kepada pelaku usaha mikro di wilayah RW 12 Lubang Buaya, 17 dari 22 belum memasarkan produknya secara rutin, 19 pelaku usaha tidak memiliki media visual penunjang produk/jasa yang dimiliki, 12 pelaku usaha tidak memiliki media sosial untuk memasarkan, Sebagian besar warga pelaku usaha mikro RW 12 Kelurahan Lubang Buaya memang memiliki *handphone* dan menggunakannya untuk kehidupan sehari-hari. Namun, sumber daya tersebut belum dimaksimalkan penggunaannya untuk melakukan pemasaran, memang terdapat kendala yang dimiliki oleh para pelaku usaha mikro di sana. Beberapa di antaranya yaitu kurangnya pengetahuan maupun pemahaman mengenai pemasaran digital, belum mengetahui bagaimana cara memasarkan produknya

lewat internet, kurangnya optimalisasi platform komunikasi seperti *Whatsapp*. Minimnya akses terhadap pelatihan pemasaran digital juga menjadi faktor penghambat yang dimiliki oleh warga pelaku usaha mikro. Hal ini mengakibatkan produk atau usaha yang dimiliki masyarakat tidak menjangkau pelanggan baru dan penjualan juga menjadi stagnan.

Tentu saja dalam mengadopsi teknologi untuk memasarkan usaha secara digital diperlukan dasar pengetahuan dalam melakukannya. Warga pelaku usaha jelas membutuhkan pengetahuan tambahan di era digital ini, dibuktikan dengan hasil angket yang 100% setuju bahwa mereka membutuhkan pengetahuan tambahan khususnya dalam hal pemasaran digital untuk menunjang usahanya. Oleh karena itu, pelatihan menjadi salah satu solusi untuk menjembatani kesenjangan ini.

Pentingnya pelatihan untuk mendukung transformasi digital pelaku usaha mikro juga sejalan dengan peran pendidikan masyarakat sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 tahun 2003 dijelaskan bahwa pendidikan nonformal merupakan jalur pendidikan yang diselenggarakan bagi warga masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai pengganti, penambah dan atau pelengkap pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat. Pendidikan masyarakat mencakup penyelenggaraan program pelatihan yang relevan dengan kebutuhan peserta, termasuk pelaku usaha mikro yang perlu bekal pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital.

Dalam konteks ini, pelatihan pemasaran digital bukan hanya sebuah solusi teknis namun juga bisa menjadi sarana pemberdayaan masyarakat. Dengan meningkatkan literasi digital khususnya di bagian pemasaran ini, pelaku usaha mikro dapat mengadopsi teknologi secara efektif dan berkelanjutan, membantu menghadapi pasar yang kompetitif juga. Peran pendidikan masyarakat akan membantu pelaku usaha agar tidak tertinggal dalam arus digitalisasi terutama di kalangan kelompok masyarakat yang aksesnya terhadap informasi dan teknologi juga masih terbatas. Pelatihan ini akan membentuk pelaku usaha mikro memahami apa itu pemasaran digital, meningkatkan

keterampilan mereka dalam melakukan pemasaran digital yang akan berdampak pada penjualan mereka, menjangkau lebih banyak pelanggan dan pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Selain itu, pelatihan ini juga dirancang dengan prinsip andragogi yang menekankan pembelajaran berbasis pengalaman dan relevansi dengan kebutuhan peserta. Pendekatan ini memastikan bahwa materi pelatihan pemasaran digital tidak hanya mudah dipahami, tetapi juga dapat langsung diterapkan dalam konteks usaha masing-masing peserta. Melalui upaya ini diharapkan pelaku usaha mikro dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilannya untuk menunjang usaha yang dimiliki.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka masalah yang menjadi perhatian peneliti dan harus dilaksanakan upaya pemecahannya yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan yang dimiliki para pelaku usaha mikro RW 12 Kelurahan Lubang Buaya mengenai pemasaran digital
2. Diperlukannya peningkatan keterampilan pelaku usaha mikro RW 12 Kelurahan Lubang Buaya untuk menunjang pemasaran usahanya.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas dari penelitian “Pelatihan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Pengetahuan Pelaku Usaha Mikro RW 12 Kelurahan Lubang Buaya” agar tidak terjadi perluasan masalah maka akan dijelaskan fokus penelitiannya. Fokus penelitian ini pada peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha mikro lewat pelatihan pemasaran digital. Pelatihan ini akan disesuaikan dengan pendekatan andragogi.

Penelitian ini dibatasi pada warga pelaku usaha RW 12 Kelurahan Lubang Buaya saja dan tidak akan digeneralisasi untuk warga pelaku usaha di wilayah lain tanpa penelitian tambahan yang relevan. Peserta pelatihan ini adalah warga RW 12 Lubang Buaya yang memiliki usaha mikro. Penilaian untuk

peserta tidak dibatasi hanya di aspek keterampilan, namun juga aspek kognitif. Aspek kognitif akan dinilai melalui *Pre-Test Post-Test*, keterampilan akan diukur saat peserta melakukan praktek berisi penilaian yang disesuaikan dengan indikator. Penelitian ini akan dilaksanakan dalam jangka waktu November 2024 hingga Juni 2025 yang akan mencakup observasi awal dan wawancara pelaku usaha, pelaksanaan pelatihan, pengambilan dan pengolahan data, hingga penyajian data. Variabel bebas dari penelitian ini yakni pelatihan pemasaran digital dan yang menjadi variabel terikatnya yaitu pemahaman dan keterampilan pelaku usaha mikro. Media pendukung pelatihan akan fokus pada materi yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, berikut adalah masalah dari penelitian ini, Apakah terdapat peningkatan pengetahuan pada pelaku usaha mikro warga RW 12 Kelurahan Lubang Buaya setelah mengikuti pelatihan pemasaran digital?

E. Tujuan Umum Penulisan

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis apakah terdapat peningkatan pengetahuan pasca pelatihan pemasaran digital pada pelaku usaha mikro di wilayah RW 12 Kelurahan Lubang Buaya.

F. Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian “Pelatihan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Pengetahuan Pelaku Usaha Mikro RW 12 Kelurahan Lubang Buaya” diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai informasi tentang Pelatihan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Pengetahuan Pelaku Usaha Mikro RW 12 Kelurahan Lubang Buaya dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi para peneliti yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Kegunaan Praktis

a) Kegunaan bagi peneliti

Dapat menambah wawasan pengetahuan tentang penelitian yang berhubungan dengan peningkatan pemahaman dan keterampilan melalui pelatihan pemasaran digital di masyarakat. Juga, emberikan pengalaman untuk peneliti dalam pelaksanaan penelitian Pelatihan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Pengetahuan Pelaku Usaha Mikro RW 12 Kelurahan Lubang Buaya

b) Kegunaan bagi perguruan tinggi

Penelitian ini bisa digunakan sebagai arsip dan sumber belajar di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta

c) Kegunaan bagi warga pelaku usaha mikro RW 12 Kelurahan Lubang Buaya

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan baru mengenai pemasaran digital, kemudian memberikan manfaat untuk diterapkan dalam menjalankan proses pemasaran pada usaha yang dimiliki.

