

**ANALISIS PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* OLEH
PELAKU UMKM OLAHAN UBI KAYU DI KELURAHAN
TANJUNG PAUH KOTA PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

OLEH



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

**ANALISIS PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* OLEH PELAKU
UMKM OLAHAN UBI KAYU DI KELURAHAN TANJUNG PAUH KOTA
PAYAKUMBUH**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan *digital marketing* oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) olahan ubi kayu di Kelurahan Tanjung Pauh, Kota Payakumbuh. Tujuan penelitian ini meliputi: 1) menggambarkan tingkat pemanfaatan *digital marketing* oleh pelaku UMKM olahan ubi kayu di Kelurahan Tanjung Pauh, 2) mengidentifikasi hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam memanfaatkan *digital marketing*. Teknik pengumpulan data dari wawancara informan kunci dan survei. Data dianalisis dengan teknik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan tingkat pemanfaatan *digital marketing* oleh pelaku UMKM olahan ubi kayu berada pada tingkat sedang dengan nilai 3,43, hal ini dilihat dari pengetahuan dalam menggunakan *digital marketing*, keterampilan dalam penggunaan teknologi digital pemasaran dan aktivitas penggunaan yang cukup, mayoritas pelaku UMKM memiliki pemahaman yang baik tentang pemanfaatan teknologi digital, sehingga masih ada ruang peningkatan pemanfaatan teknologi digital secara optimal agar menjangkau wilayah pasar yang lebih luas. Disamping itu, terdapat kendala atau hambatan yang dialami oleh pelaku UMKM dalam pemanfaatan *digital marketing* keterbatasan keterampilan sumber daya manusia dalam teknologi digital, mayoritas pelaku UMKM memiliki pengetahuan dasar tentang *digital marketing*, hambatan dalam mengelola infrastruktur teknologi digital dan akses pasar juga menjadi faktor penghambat. Beberapa pelaku UMKM mengalami kesulitan akses internet yang cepat dan stabil, serta memahami kebutuhan pasar melalui *digital marketing*. Diperlukan dukungan dari pemerintah setempat dalam bentuk pelatihan dan bimbingan teknis untuk meningkatkan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, UMKM, Olahan Ubi Kayu, Pemanfaatan

ANALYSIS OF DIGITAL MARKETING UTILIZATION BY CASSAVA SMES PROCESSING IN TANJUNG PAUH SUB DISTRICT, PAYAKUMBUH CITY

ABSTRACT

This research aims to analyze the utilization of digital marketing by Small and Medium Enterprises (SMEs) engaged in cassava processing in Tanjung Pauh Sub district, Payakumbuh City. Specifically, the objectives of this research include: 1) describing the level of digital marketing utilization by SMEs in cassava processing in Tanjung Pauh Sub-district, and 2) identifying the barriers faced by SMEs in utilizing digital marketing. Data collection techniques included interviews with key informants and surveys. The data were analyzed using descriptive techniques. The results showed that SMEs' level of digital marketing utilization in cassava processing was moderate, with a score of 3.43. The level of digital marketing utilization was assessed based on knowledge of digital marketing, skills in digital marketing technology, and the adequacy of usage activities. Most SMEs had a good understanding of utilizing digital technology, indicating that there is still room for optimizing digital technology utilization to reach a broader market area. Additionally, SMEs faced obstacles in utilizing digital marketing, such as limited human resource skills in digital technology. Most SMEs had basic knowledge of digital marketing but encountered difficulties in managing digital technology infrastructure and market access. Some SMEs experienced challenges with accessing fast and stable internet and understanding market needs through digital marketing. Support from the local government in the form of training and technical guidance is needed to improve skills in utilizing digital technology.

Keywords: Digital Marketing, SMEs, Cassava Processing, Utilization