**DAFTAR PERTANYAAN**

**Judul Penelitian :**

**Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Lokal Desa Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dengan Pendekatan Analisis SWOT**

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dalam rangka memenuhi tugas akhir dengan judul **Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Lokal Desa Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dengan Pendekatan Analisis SWOT**

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i mengisi kuesioner ini dengan jujur dan benar. Data atau informasi yang terkumpul hanya akan saya gunakan untuk keperluan tugas akhir dan tidak akan dipublikasikan.

Demikian atas ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr/i, saya sampaikan terima kasih

Wassalamualaikum Wr.Wb.

**PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER**

- Pertanyaan bersifat terbuka sehingga bisa dijawab sesuai dengan pengetahuan Bapak/ibu/Sdr.i

- Tuliskan jawaban atas pengetahuan Bapak/Ibu/Sdr/i dan dengan sejujurnya

**IDENTITAS RESPONDEN**

Nama Lengkap : Muhammad Iqbal Alim El Hakim

Nama usaha : Sartika Ratu

Alamat : Jl. Raya Kludan No. 40 Tanggulangin Sidoarjo

1. Apa yang Bapak/Ibu/Sdr ketahui tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ?

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang dijalankan oleh individu atau kelompok kecil dengan modal yang relatif kecil, tetapi memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap banyak tenaga kerja dan menyumbang secara signifikan terhadap PDB. UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam hal akses terhadap teknologi dan pasar, namun juga memiliki potensi besar untuk berkembang dengan dukungan yang tepat. Usaha kecil dan menengah dapat eksis di hampir semua industri tetapi lebih cenderung berada dalam industri yang membutuhkan lebih sedikit karyawan dan investasi modal awal yang lebih kecil. UKM dipisahkan dari perusahaan besar karena cara operasional mereka yang berbeda secara fundamental. Perusahaan besar yang kompleks mungkin memerlukan sistem perencanaan sumber daya perusahaan (ERP), manajemen rantai pasokan, dan pelaporan keuangan

1. Menurut Bapak/Ibu/Sdr produk lokal apa saja yang ada di desa kludan?

Produk lokal yang ada di desa Kludan termasuk produk kerajinan tangan, Food and beveradge (FnB), dan produk tas. Produk-produk ini memiliki nilai Sejarah desa kludan dan kekhasan lokal yang dapat menjadi daya tarik bagi konsumen yang mencari produk unik dan otentik.

1. Apa yang Bapak/Ibu/Sdr ketahui tentang digital marketing ?

Digital Marketing adalah penggunaan situs web, aplikasi, perangkat seluler, media sosial, mesin pencari, dan sarana digital lainnya untuk mempromosikan dan menjual produk serta layanan. digital marketing mengadopsi banyak prinsip dari pemasaran tradisional, dan sering kali digabungkan dengan teknik pemasaran tradisional. Meskipun memberikan banyak peluang, pemasaran digital juga memiliki tantangan tersendiri. Mulai populer pada tahun 1990-an dengan adopsi luas internet, pemasaran digital mencakup berbagai bentuk seperti video online, iklan tampilan, pemasaran mesin pencari, iklan sosial berbayar, dan posting media sosial. Dibandingkan dengan pemasaran tradisional seperti iklan majalah dan papan reklame, pemasaran digital memiliki kelebihan dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan spesifik. Sebagai pemasar, penting untuk memanfaatkan dunia digital untuk membangun merek, memberikan pengalaman pelanggan yang baik, dan menarik lebih banyak pelanggan potensial.

Strategi digital marketing memungkinkan perusahaan untuk menggunakan berbagai saluran digital seperti media sosial, PPC, SEO, dan pemasaran email untuk terhubung dengan pelanggan yang ada dan menarik yang baru. Dengan demikian, perusahaan dapat membangun merek, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan memperluas basis pelanggan. Pada intinya, jika promosi pemasaran melibatkan komunikasi digital, itu adalah digital marketing. Pemasaran mencakup berbagai teknik dan media untuk mempromosikan produk dan layanan, meningkatkan pangsa pasar, dan memerlukan kombinasi keahlian periklanan dan penjualan. Dulu, perusahaan fokus pada pemasaran melalui cetak, televisi, dan radio. Namun, internet memberikan cara baru bagi perusahaan untuk menjangkau konsumen, memunculkan pemasaran digital. Teknologi baru memaksa perusahaan untuk mengubah strategi pemasaran dan anggaran mereka. Email, mesin pencari, dan platform sosial seperti Facebook memungkinkan perusahaan melacak data pengguna dan menyampaikan pesan mereka kepada audiens yang sangat spesifik.

1. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu/Sdr tentang peran digital marketing dalam membantu UMKM produk lokal di desa kludan ?

Digital marketing berperan penting dalam membantu UMKM produk lokal di desa Kludan untuk meningkatkan awareness produk, menjangkau pasar yang lebih luas, dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Melalui platform digital, UMKM dapat mempromosikan keunikan produk lokal mereka dan menarik perhatian konsumen baik di tingkat lokal maupun nasional.

1. Menurut Bapak/Ibu/Sdr, platform digital mana yang paling cocok untuk digunakan oleh UMKM di desa kludan dan mengapa?

Platform digital yang paling cocok untuk UMKM di desa Kludan adalah media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta marketplace seperti Tokopedia dan Shopee. Media sosial memungkinkan UMKM untuk membangun brand awareness dan berinteraksi dengan konsumen, sementara marketplace memberikan akses ke basis konsumen yang lebih besar dan sistem penjualan yang terintegrasi.

**Analisis SWOT**

**Kekuatan (Strengths):**

1. Apa yang menjadi keunggulan utama dari produk lokal desa yang Anda tawarkan?

Keunggulan utama dari produk lokal desa Kludan adalah kualitas bahan baku alami yang digunakan, yang berasal dari sumber-sumber lokal dan dikelola secara tradisional. seperti pada contoh produk tas kulit, ikat pinggang, dan jaket, yang menggunakan bahan baku kulit hewan alami. Produk ini sering kali memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri yang tidak dimiliki oleh produk serupa dari luar daerah. Selain itu, kerajinan tangan yang teliti dan berfokus pada detail memberikan nilai tambah yang signifikan.

2. Bagaimana keunikan dan nilai tambah produk lokal desa dapat menjadi kekuatan dalam strategi pemasaran digital?

Keunikan produk lokal desa, seperti desain yang khas dan penggunaan bahan baku alami, dapat diangkat dalam strategi pemasaran digital melalui cerita (storytelling) yang menarik. Konten visual seperti foto dan video dapat menyoroti proses pembuatan yang autentik dan warisan budaya yang menyertainya. Ini dapat menarik perhatian konsumen yang mencari produk unik dan mendukung ekonomi lokal.

3. Apakah UMKM memiliki keahlian khusus, bahan baku unggulan, atau warisan budaya lokal yang dapat digunakan sebagai kekuatan dalam bersaing?

UMKM di desa Kludan memiliki keahlian dalam kerajinan tangan dan pembuatan produk berbahan baku alami. Warisan budaya lokal, seperti bentuk produk dan teknik pembuatan yang diwariskan secara turun-temurun, juga menjadi kekuatan dalam bersaing di pasar yang menghargai keaslian dan kualitas.

**Kelemahan (Weaknesses):**

1. Apa saja kendala atau tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital untuk pemasaran?

Kendala utama yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital termasuk keterbatasan pengetahuan tentang teknologi, kurangnya akses terhadap infrastruktur digital seperti internet yang stabil, dan keterbatasan sumber daya finansial untuk investasi dalam teknologi. Selain itu, resistensi terhadap perubahan dan adaptasi terhadap teknologi baru juga menjadi tantangan.

2. Bagaimana UMKM mengelola keterbatasan dalam hal sumber daya, pengetahuan teknologi, atau infrastruktur di Desa Kludan?

UMKM di Desa Kludan dapat mengelola keterbatasan ini dengan mengikuti pelatihan dan workshop tentang digital marketing, memanfaatkan bantuan dari pemerintah atau organisasi non-profit, serta berkolaborasi dengan pihak-pihak yang lebih berpengalaman dalam teknologi. Penggunaan solusi teknologi yang terjangkau dan dukungan komunitas juga dapat membantu mengatasi keterbatasan ini.

3. Adakah kekurangan dalam hal manajemen, pengelolaan stok, atau layanan pelanggan yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran digital?

Kekurangan dalam manajemen pengelolaan stok dan layanan konsumen dapat mempengaruhi strategi pemasaran digital. Misalnya, ketidakmampuan untuk memenuhi pesanan tepat waktu karena pengelolaan stok yang buruk atau layanan pelanggan yang kurang responsif dapat merusak reputasi online dan mengurangi kepercayaan konsumen...

**Peluang (Opportunities):**

1.Bagaimana digital marketing dapat membuka peluang baru bagi UMKM produk lokal desa untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun internasional?

Digital marketing memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen di berbagai lokasi geografis tanpa batasan fisik. Dengan strategi yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan media sosial, SEO, dan iklan digital untuk menarik perhatian konsumen, membangun brand, dan meningkatkan penjualan baik di tingkat lokal maupun internasional.

2.Apa saja tren pasar atau perubahan dalam perilaku konsumen yang bisa dimanfaatkan dengan digital marketing?

Tren pasar yang dapat dimanfaatkan dengan digital marketing termasuk peningkatan penggunaan e-commerce, preferensi konsumen terhadap produk lokal dan unik, serta meningkatnya interaksi dan keterlibatan konsumen melalui media sosial. Perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih belanja online dan mencari informasi produk secara digital juga memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memanfaatkan digital marketing.

3. Bagaimana UMKM dapat memanfaatkan platform e-commerce, promosi online, atau kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk?

UMKM dapat memanfaatkan platform e-commerce untuk menjual produk mereka secara online, menggunakan promosi online seperti iklan berbayar di media sosial, serta berkolaborasi dengan influencer yang memiliki audiens yang relevan untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau lebih banyak konsumen.

**Ancaman (Threats):**

1. Apa yang menjadi ancaman utama bagi UMKM produk lokal desa dalam menerapkan digital marketing?

Ancaman utama bagi UMKM produk lokal desa dalam menerapkan digital marketing termasuk persaingan yang ketat dengan produk sejenis atau merek besar yang sudah lebih dulu dikenal di pasar digital. Selain itu, masalah keamanan data, perubahan regulasi, dan masalah infrastruktur teknologi juga bisa menjadi ancaman yang harus diwaspadai.

2. Bagaimana persaingan dari produk sejenis atau merek besar dapat mempengaruhi strategi pemasaran digital UMKM?Adakah risiko terkait keamanan data, perubahan regulasi, atau masalah infrastruktur teknologi yang perlu diwaspadai?

Persaingan dari produk sejenis atau merek besar dapat mengurangi pangsa pasar UMKM jika mereka tidak dapat menawarkan nilai tambah yang berbeda. Risiko keamanan data juga perlu diperhatikan, terutama dalam hal perlindungan informasi konsumen. Perubahan regulasi yang tiba-tiba bisa mempengaruhi strategi pemasaran digital UMKM, dan masalah infrastruktur teknologi seperti internet yang tidak stabil bisa menghambat upaya pemasaran digital mereka.