**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 : DINA AULIYA FEBIANTI

Nama usaha : …………………………………..

Alamat : KLUDAN RT. 004 RW. 001

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

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kategori bisnis yang berperan penting dalam perekonomian dengan karakteristik seperti jumlah tenaga kerja dan omzet yang relatif kecil.

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

Tas, dompet, jaket, sepatu kulit dan koper

………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………..

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

Digital marketing adalah strategi promosi yang memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan mesin pencari untuk menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen.

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

Sangat membantu karena dapat menjangkau konsumen diseluruh wilayah indonesia, bahkan luar negeri.

………………………………………………………………………………………………………………………………………..

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

Shopee dan Tiktokshop mengingat kedua platform digital tersebut saat ini sedang banyak digandrungi oleh masyarakat indonesia untuk berbelanja melalui online.

………………………………………………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………………………………………………..

**Analisis SWOT**

**Kekuatan (Strengths):**

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

Keunggulan utama dari produk lokal desa seperti tas, dompet, dan jaket kulit terletak pada kualitas kerajinan dan keunikan desainnya yang mencerminkan tradisi serta budaya lokal. ………………………………………………………………………………………………………………………………………..

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

dengan menonjolkan cerita dan keaslian yang membedakan produk dari barang massal, menarik konsumen yang menghargai keunikan dan budaya. Penggunaan konten visual yang menarik dan testimoni pelanggan juga dapat memperkuat daya tarik produk dan membangun kepercayaan di pasar online.

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

UMKM sering kali memiliki keahlian khusus dalam kerajinan tangan dan produksi yang mencerminkan warisan budaya lokal, memberikan keunikan dan kualitas yang sulit ditiru oleh industri besar.

**Kelemahan (Weaknesses):**

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

UMKM sering menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi digital untuk pemasaran karena keterbatasan sumber daya dan pengetahuan teknis, yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk memanfaatkan platform digital secara efektif. Selain itu, biaya untuk pelatihan dan implementasi teknologi baru dapat menjadi tantangan tambahan bagi UMKM dengan anggaran terbatas.

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

Dengan merekrut Sumber Daya Manusia yang lebih mumpuni dan faham akan pengetahuan tersebut.

………………………………………………………………………………………………………………………………………..

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

kekurangan dalam manajemen, pengelolaan stok, atau layanan pelanggan dapat mempengaruhi strategi pemasaran digital dengan mengakibatkan pengalaman pelanggan yang buruk, seperti keterlambatan pengiriman atau kualitas layanan yang rendah. ………………………………………………………………………………………………………………………………………..

**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 produk lokal desa untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan platform online untuk mempromosikan produk kepada audiens global secara langsung, mengatasi batasan geografis dan biaya pemasaran tradisional.

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

tren pasar seperti meningkatnya penggunaan media sosial dan e-commerce memungkinkan digital marketing untuk menjangkau konsumen melalui platform yang sering mereka gunakan, serta memanfaatkan iklan yang ditargetkan secara lebih efektif.

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

Kolaborasi dengan influencer dapat memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan pengaruh mereka untuk merekomendasikan produk kepada pengikut yang relevan, meningkatkan kredibilitas dan penjualan (Endorsement).

**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 adalah keterbatasan anggaran dan sumber daya, yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk berinvestasi dalam teknologi dan kampanye pemasaran yang efektif. Selain itu, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing dapat menyulitkan mereka untuk mengoptimalkan strategi dan mengelola platform secara efektif.

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 mempengaruhi strategi pemasaran digital UMKM dengan menciptakan tekanan untuk membedakan diri melalui nilai unik atau keunggulan kompetitif, yang mungkin memerlukan investasi lebih dalam riset pasar dan inovasi. Selain itu, risiko terkait keamanan data, perubahan regulasi, dan masalah infrastruktur teknologi dapat menambah kompleksitas dalam menjalankan kampanye digital, sehingga UMKM perlu waspada terhadap potensi pelanggaran privasi, ketidakpatuhan, dan gangguan operasional.