

DIGITALISASI PEMASARAN UNTUK PRODUK-PRODUK KERAJINAN UMKM



Dr. Rita Matini, S.E., M.Si., Ak.
Dr. Febrianty, S.E., M.Si.,
Ahmad Ari Gunawan Sepriansyah, M.Kom.



**DIGITALISASI PEMASARAN
UNTUK PRODUK-PRODUK
KERAJINAN UMKM**

Digitalisasi Pemasaran Untuk Produk-Produk Kerajinan UMKM

**Dr. Rita Matini, S.E., M.Si., Ak.
Dr. Febrianty, S.E., M.Si.,
Ahmad Ari Gunawan Sepriansyah, M.Kom.**



Digitalisasi Pemasaran Untuk Produk-Produk Kerajinan UMKM

© Penerbit Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI)

Penulis:

Dr. Rita Matini, S.E., M.Si., Ak.

Dr. Febrianty, S.E., M.Si.

Ahmad Ari Gunawan Sepriansyah, M.Kom.

Editor: Dr. Febrianty, S.E., M.Si.

Cetakan Pertama: September 2022

Cover: Tim Kreatif PRCI

Tata Letak: Tim Kreatif PRCI

Hak Cipta 2022, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia

ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151

Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website: www.rcipress.rcipublisher.org

E-mail: rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2022 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I -: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2022

Dimensi : 15,5 x 23 cm

ISBN:

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang

Hak Cipta Pasal 72

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillahirobbilalamin. Segala puji bagi Allah, yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Salam dan shalawat semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi besar Rasullulah Muhammad SAW, keluarganya, dan para sahabatnya. Tiada kekuatan selain atas izin Allah serta hanya atas Rahmat dan Ridlo Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang sehingga tim penulis dapat menyelesaikan Buku Digitalisasi Pemasaran Untuk Produk-Produk Kerajinan UMKM ini.

Buku ini terdiri atas lima bab, dengan bab pertamaberisi perkembangan produk-produk UMKM untuk kerajinan lokal daerah, Bab kedua berisi mengenai berbagai media pemasaran yang digunakan oleh UMKM kerajinan lokal daerah, babtiga yakni berbagai upaya pemerintah terkait peningkatan pemasaran produk-produk UMKM untuk kerajinan lokal daerah, bab empat berisi peran komunitas UMKM dalam meningkatkan digital marketing anggotanya serta bab lima berisi tantangan dan kesiapan UMKM untuk digital marketing masa depan.

Harapan penulis buku ini dapat digunakan sebagai pegangan bagi mahasiswa, dosen atau pihak lain yang berminat mempelajari tentang digitalisasi pemasaran untuk produk-produk kerajinan UMKM. Pendapat dan saran yang bersifat konstruktif dari pembaca, para ahli, dan teman sejawat sangat penulis harapkan. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi yang berminat.

Palembang, Agustus2022

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PERKEMBANGAN PRODUK-PRODUK UMKM UNTUK KERAJINAN LOKAL DAERAH.....	1
A. Definisi <i>Digital Marketing</i>	1
B. Perkembangan UMKM di Indonesia.....	3
C. Perkembangan UMKM di Sumatera Selatan.....	4
D. Produk UMKM di Daerah SumSel	6
E. Pempek Kentang Khas Sumsel.....	10
F. Batik Modern Khas Banyuasin.....	11
BAB II MEDIA PEMASARAN YANG DIGUNAKAN OLEH UMKM KERAJINAN LOKAL DAERAH.....	14
A. Jenis Kontent Digital Marketing	16
B. Konsep Digital Marketing Content.....	21
C. Tips Membuat Konten Digital Marketing.....	27
BAB III UPAYA PEMERINTAH TERKAIT PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK-PRODUK UMKM UNTUK KERAJINAN LOKAL DAERAH.....	29
BAB IV PERAN KOMUNITAS UMKM DALAM MENINGKATKAN IGITAL MARKETING PARA ANGGOTANYA.....	33

BAB V TANTANGAN DAN KESIAPAN UMKM UNTUK	
DIGITAL MARKETING MASA DEPAN.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	42
GLOSARIUM	44
PROFIL PENULIS.....	47