

RINGKASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Pasir Kidul, Kecamatan Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan pemasaran digital yang dilakukan oleh UMKM sandal bandol di Kelurahan Pasir Kidul. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data *in-depth interview* dan observasi.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa para pelaku UMKM sandal bandol di Kelurahan Pasir Kidul belum mampu menerapkan pemasaran digital, dilihat dari indikator pemasaran digital yaitu aksesibilitas, interaktivitas, hiburan, kepercayaan, gangguan, dan informatif.

Para pelaku UMKM sandal bandol di Kelurahan Pasir Kidul belum mampu menerapkan pemasaran digital karena menghadapi berbagai tantangan dan kendala seperti keterbatasan pengetahuan dan keterampilan untuk menerapkan pemasaran digital, keterbatasan waktu, dan ketakutan untuk mencoba strategi pemasaran baru. Tantangan utamanya adalah para pelaku UMKM ini sudah merasa cukup dan nyaman hanya dengan memasarkan produknya ke para pengepul saja.

Para pelaku UMKM sandal bandol di Kelurahan Pasir Kidul belum merasakan adanya dukungan langsung dari pihak luar seperti Kelurahan dan Paguyuban. Kelurahan hanya berperan sebagai penyalur bantuan dari pihak luar karena terbatasnya anggaran dana. Paguyuban juga belum memberikan dukungan secara langsung karena saat ini fokus utamanya adalah memperkenalkan budaya atau sejarah sandal bandol murni tanpa campuran spons.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, pelaku UMKM sandal bandol diharapkan dapat mempertimbangkan untuk menerapkan pemasaran digital agar bisa memperluas target pasar dan meningkatkan penjualan. Pihak Kelurahan dan Paguyuban diharapkan dapat memberikan perhatian lebih kepada para pelaku UMKM sandal bandol dengan memberikan dukungan berupa pelatihan, bantuan modal, dan membantu mempromosikan produk ke pihak luar.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Aksesibilitas, Interaktivitas, Hiburan, Kepercayaan, Gangguan, Informatif

SUMMARY

This research was conducted in Pasir Kidul, West Purwokerto, Banyumas. The purpose of this research is to find out how the application of digital marketing is carried out by sandal bandol MSMEs in Pasir Kidul. This research uses a descriptive qualitative approach with in-depth interview and observation data collection techniques.

The results revealed that the bandol sandal MSMEs in Pasir Kidul have not been able to implement digital marketing, seen from the digital marketing indicators, namely accessibility, interactivity, entertainment, credibility, irritation, and informativeness.

Sandal bandol MSMEs in Pasir Kidul have not been able to implement digital marketing because they face various challenges and obstacles such as limited knowledge and skills to implement digital marketing, limited time, and fear of trying new marketing strategies. The main challenge is that these MSMEs feel sufficient and comfortable only by marketing their products to collectors.

The sandal bandol MSMEs in Pasir Kidul have not received any direct support from external parties such as the Kelurahan and Association. The Kelurahan only acts as a channel for assistance from outside parties due to limited budget funds. The Association has also not provided direct support because currently its main focus is to introduce the culture or history of pure sandal bandol without a mixture of sponges.

Based on the research results, sandal bandol MSMEs are expected to consider implementing digital marketing in order to expand the target market and increase sales. The Kelurahan and Association are expected to pay more attention to the sandal bandol MSMEs by providing support in the form of training, capital assistance, and helping to promote products to outside parties.

Keywords: Digital Marketing, Accessibility, Interactivity, Entertainment, credibility, irritation, Informative