

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penggunaan *Website* “PasarDeso sebagai Pendukung Pemasaran Produk UMKM Desa (Studi pada BUM Desa Pengguna *Website* “PasarDeso” naungan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Dwita Indriyani, NIM. 12402193001, pembimbing Bapak Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Perkembangan teknologi di era 4.0 bergerak semakin massif. Adanya hal tersebut juga berdampak pada perkembangan model usaha di sektor perdagangan. Untuk menghadapi tantangan usaha diperlukan adanya platform untuk mewedahi jual beli produk UMKM desa. Hal ini digunakan untuk mengangkat dan mengenalkan potensi dan produk UMKM desa menjadi branding tiap-tiap daerah. Produk UMKM desa sangat berpotensi untuk dikembangkan dengan optimalisasi di bidang *marketing* dan *branding*. Produk UMKM ini ditekankan dalam pengoptimalan Sumber Daya Alam daerah dan potensi-potensi yang ada. Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Tulungagung menanggapi hal tersebut dengan meluncurkan *Website* “PasarDeso” pada 2020. *Website* ini dimanfaatkan sebagai media pemasaran produk UMKM desa dan dibantu oleh BUM Desa sebagai perantara pemasaran antara pembeli dan UMK. Namun dalam operasionalnya diperlukan evaluasi terus-menerus dalam mengoptimalkan fungsi *website* tersebut sehingga dapat mencapai tujuan utama yang telah direncanakan. Penelitian ini membagi pembahasan menjadi tiga dua bagian yaitu: penggunaan *website* “PasarDeso” dalam pemasaran produk UMKM desa dan faktor pendukung dan penghambat penggunaan *website* “PasarDeso” dalam pemasaran produk UMKM desa.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif fenomenologi dengan memanfaatkan data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui teknik pengambilan data wawancara. Teknik pengecekan keabsahan dan keaslian data menggunakan triangulasi dan dipaparkan transkrip wawancara bersama informan.

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa penggunaan *website* “PasarDeso” dapat meningkatkan pendapatan rata-rata BUM Desa pengguna *website* tersebut. Menurut dokumentasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Tulungagung pada tahun 2021 sebesar Rp67.800.022 telah mengalami kenaikan pada tahun 2022 sebesar 6,4% menjadi Rp72.432.479. Adanya hal tersebut mencerminkan bahwa *website* “PasarDeso” memiliki citra positif di tengah masyarakat. Selain itu, ditemukan faktor pendukung dan penghambat penggunaan *website* “PasarDeso” dalam upaya pemasaran produk UMKM desa.

Kata Kunci: penggunaan, pemasaran digital, produk UMKM desa, *website*

ABSTRACT

Thesis with the title "Use of the "PasarDeso Website as a Support for the Marketing of Village MSME Products" (Study on BUM Desa Users of the "PasarDeso" Website under the Office of Community and Village Empowerment of Tulungagung Regency" was written by Dwita Indriyani, NIM. 12402193001, supervisor Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Technological developments in the 4.0 era are moving increasingly massively. This also has an impact on the development of business models in the trade sector. To face business challenges, it is necessary to have a platform to accommodate the buying and selling of village MSME products. This is used to promote and introduce the potential and products of village SMEs to become the branding of each region. Village MSME products have the potential to be developed by optimizing marketing and branding. This MSME product is emphasized in optimizing regional natural resources and existing potentials. The Tulungagung Regency Community and Village Empowerment Service responded to this by launching the "PasarDeso" website in 2020. This website is used as a marketing medium for village MSME products and is assisted by BUM Desa as a marketing intermediary between buyers and MSEs. However, in its operation, continuous evaluation is needed in optimizing the function of the website so that it can achieve the main goals that have been planned. This study divides the discussion into three and two parts, namely: the use of the "PasarDeso" website in marketing village MSME products and the supporting and inhibiting factors for using the "PasarDeso" website in marketing village MSME products.

The method used in this study is phenomenological qualitative by utilizing primary and secondary data collected through interview data collection techniques. The technique of checking the validity and authenticity of the data uses triangulation and presents interview transcripts with informants.

From this study it was found that the use of the "PasarDeso" website can increase the average income of BUM Desa users of the website. According to the documentation of the Community and Village Empowerment Office of Tulungagung Regency in 2021 the amount of IDR 67,800,022 has increased in 2022 by 6.4% to IDR 72,432,479. The existence of this reflects that the "PasarDeso" website has a positive image in the community. In addition, there were found supporting and inhibiting factors for using the "PasarDeso" website in an effort to market village MSME products.

Keywords: *use, digital marketing, village MSME products, website*