

ABSTRAK

PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* PADA USAHA KWT KAMPUNG BUYUT UDIK KECAMATAN GUNUNG SUGIH KABUPATEN LAMPUNG TENGAH

**Oleh
ZELVIA INDAH SANJAYA**

Penerapan *digital marketing* oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) di Kampung Buyut Udik telah membantu memperluas jangkauan pasar. Namun, keterbatasan tenaga kerja, modal, dan pemahaman teknologi masih menjadi hambatan dalam optimalisasi strategi pemasaran digital secara menyeluruh dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor penghambat dan pendukung penerapan *digital marketing*, serta mengevaluasi peluang pengembangannya terhadap jejaring pemasaran Usaha Kelompok Wanita Tani (KWT) di Kampung Buyut Udik guna meningkatkan efektivitas promosi dan perluasan jangkauan pasar secara *digital*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan *teknik snowball sampling* dalam pemilihan informan. Data dikumpulkan melalui wawancara terbuka kepada pengurus dan anggota KWT di Kampung Buyut Udik, serta observasi langsung untuk memperoleh informasi mendalam terkait penerapan *digital marketing* dalam usaha KWT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *digital marketing* oleh KWT di Kampung Buyut Udik belum optimal akibat rendahnya literasi digital, keterbatasan perangkat, dan sistem promosi manual. Namun, terdapat dukungan signifikan seperti pelatihan, wifi gratis, dan semangat anggota. Peluang pengembangan sangat besar melalui media sosial untuk memperluas jaringan, efisiensi, dan kolaborasi usaha. Penerapan *digital marketing* juga mendorong transformasi peran perempuan dalam kewirausahaan digital. Kesimpulannya, *digital marketing* menjadi instrumen penting dalam pemberdayaan ekonomi perempuan desa. Untuk optimalisasi keberhasilan, diperlukan strategi pemberdayaan berkelanjutan, peningkatan literasi digital, serta dukungan infrastruktur dan kolaborasi lintas sektor.

Kata kunci: *Digital marketing*, Kelompok Wanita Tani, Kampung Buyut Udik

ABSTRACT

APPLICATION OF DIGITAL MARKETING IN THE KWT BUSINESS IN BUYUT UDIK VILLAGE, GUNUNG SUGIH DISTRICT, CENTRAL LAMPUNG REGENCY

By

ZELVIA INDAH SANJAYA

The implementation of digital marketing by the Women Farmers Group (Kelompok Wanita Tani/KWT) in Kampung Buyut Udik has helped expand market reach. However, limitations in manpower, capital, and technological understanding remain significant obstacles to fully and sustainably optimizing digital marketing strategies. This study aims to analyze the inhibiting and supporting factors in implementing digital marketing and evaluate its potential to enhance the marketing network of KWT enterprises in Kampung Buyut Udik, thereby improving promotional effectiveness and expanding digital market outreach. A qualitative approach was used, with informants selected through snowball sampling. Data were collected through open-ended interviews with KWT members and leaders, along with direct observation to gain in-depth insights. The findings reveal that digital marketing implementation is still suboptimal due to low digital literacy, limited access to devices, and manual promotional systems. Nevertheless, significant support exists, such as training programs, free Wi-Fi, and active member participation. Digital marketing presents great potential for expanding networks, increasing efficiency, and fostering collaboration. Moreover, it plays a vital role in transforming women's roles in digital entrepreneurship. In conclusion, digital marketing serves as a key instrument for empowering rural women economically. Sustainable empowerment strategies, enhanced digital literacy, proper infrastructure, and cross-sector collaboration are essential for maximizing its impact.

Keywords: digital marketing, women farmers group, buyut udik village interest