

**IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* PADA KELOMPOK USAHA
BERSAMA UMKM TENUN KARNIZA DESA SELAT BARU**

Nama : Suci Nur Qhodriah
NIM : 5103201429
Dosen Pembimbing : Tri Handayani, S.E., M.Si.

ABSTRAK

Implementasi *Digital marketing* menjadi penting bagi UMKM Tenun Karniza di Desa Selat Baru untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Proyek ini bertujuan untuk menganalisis *Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)*, melakukan analisis SWOT, memahami implementasi *Digital marketing*, serta mengidentifikasi kendala dan solusi yang dihadapi UMKM Tenun Karniza dalam penerapan *Digital marketing*. Metode yang digunakan dalam proyek ini mencakup survei lokasi, identifikasi kebutuhan proyek, pembuatan kerangka kerja proyek, dan analisis data dari berbagai *platform* digital. Proses penyelesaian proyek melibatkan implementasi aktivitas pemasaran digital di media sosial, serta pengumpulan dan analisis umpan balik pelanggan untuk evaluasi hasil. Hasil proyek menunjukkan bahwa implementasi *Digital marketing* berhasil meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan audiens melalui media sosial. Pengumpulan dan analisis umpan balik pelanggan memberikan wawasan berharga untuk memperbaiki kualitas produk dan layanan, memperkuat reputasi bisnis, dan mendukung keberlanjutan strategi pemasaran yang efektif bagi UMKM Tenun Karniza.

Kata Kunci: *Digital marketing, implementasi, UMKM*

**IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING IN THE TENUN
KARNIZA JOINT VENTURE GROUP IN SELAT BARU VILLAGE**

Name : Suci Nur Qhodriah
Student Identity No. : 5103201429
Advisor : Tri Handayani, S.E., M.Si.

ABSTRACT

Implementation of Digital Marketing is important for MSMEs Tenun Karniza in Selat Baru Village to increase product visibility and sales. This project aims to analyze Segmenting, Targeting, and Positioning (STP), conduct a SWOT analysis, understand the implementation of Digital Marketing, and identify obstacles and solutions faced by MSMEs Tenun Karniza in implementing Digital Marketing. The methods used in this project include location surveys, identification of project needs, creation of a project framework, and data analysis from various digital platforms. The project completion process involves the implementation of digital marketing activities on social media, as well as collecting and analyzing customer feedback for evaluation of results. The project results show that the implementation of Digital Marketing has succeeded in increasing visibility and interaction with audiences through social media. The collection and analysis of customer feedback provides valuable insights to improve product and service quality, strengthen business reputation, and support the sustainability of effective marketing strategies for MSMEs Tenun Karniza.

Keywords: *Digital marketing, implementation, MSMEs*