

# **PENERAPAN PEMASARAN *DIGITAL* MELALUI SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM “NANA DONAT” DI KOTA BENGKALIS**

Nama : Fitria Nanda Putri  
NIM : 5103201480  
Pembimbing : Larbiel Hadi S.Sos., M.Si

## **ABSTRAK**

Penerapan pemasaran digital melalui sosial media dalam meningkatkan penjualan UMKM “Nana Donat” bertujuan untuk mengetahui penerapan pemasaran digital, analisis SWOT, Segmentasi, Targeting dan Positioning, serta kendala dan solusi pada UMKM Nana Donat. Metode pelaksanaan proyek Penerapan pemasaran digital melalui sosial media dalam meningkatkan penjualan UMKM Nana Donat yaitu rencana persiapan, rencana pelaksanaan, rencana penyelesaian, dan rencana pelaporan proyek. Menunjukkan bahwa adanya Peningkatan signifikan pada sosial media *Instagram*, *Facebook* dan *WhatsApp Business* selama penerapan pemasaran dan juga terjadinya peningkatan penjualan pada produk UMKM Nana Donat yang sebelumnya omset sehari nya 500 ribu sekarang sudah 600 ribu jumlah peningkatannya. Kendala yang dihadapi adalah Koneksi internet yang tidak stabil dan bermasalah, Kendala kesulitan untuk berkomunikasi dengan pemilik UMKM. Solusi untuk mengatasi kendala konektivitas internet yang tidak stabil yaitu dengan memastikan perangkat yang digunakan terhubung ke jaringan Wi-Fi yang stabil. Selain itu, penulis memastikan tidak ada penggunaan paket data berlebihan oleh perangkat lain dan Solusi untuk mengatasi kendala komunikasi penulis mendatangi tempat usaha UMKM Nana Donat dan menjumpai pemilik tersebut.

**Kata Kunci:** Pemasaran *digital*, Sosial media, SWOT, STP, UMKM

# IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING THROUGH SOCIAL MEDIA IN INCREASING SALES OF MSMEs "NANA DONAT" IN BENGKALIS CITY

*Student Name* : Fitria Nanda Putri  
*Student Id Number* : 5103201480  
*Supervisor* : Larbiel Hadi S.Sos., M.Si

## **ABSTRACT**

*The application of digital marketing through social media in increasing sales of MSMEs "Nana Donat" aims to find out the application of digital marketing, SWOT analysis, Segmentation, Targeting and Positioning, as well as obstacles and solutions at MSMEs Nana Donat. Project implementation method The application of digital marketing through social media in increasing sales of Nana Donat MSMEs, namely the preparation plan, implementation plan, completion plan, and project reporting plan. Shows that there is a significant increase in social media Instagram, Facebook and WhatsAap Business during the implementation of marketing and also an increase in sales of Nana Donat MSME products, which previously had a daily turnover of 500 thousand, now it has increased by 600 thousand. The obstacles faced are unstable and problematic internet connections, constraints on difficulties in communicating with MSME owners. The solution to overcome the obstacles of unstable internet connectivity is to ensure that the device used is connected to a stable Wi-Fi network. In addition, the author ensures that there is no excessive use of data packages by other devices and the solution to overcome communication obstacles is for the author to visit the Nana Donat MSME business place and meet the owner.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Social Media, SWOT, STP, MSMEs*