

PENERAPAN PEMASARAN PADA UMKM KERIPIK BUNDA BENGKALIS

Nama : Satrio Fajar Pradaha
NIM : 5103201487
Pembimbing : Supriati, S.ST., M.Si

Abstrak

Proyek ini bertujuan untuk menerapkan proses pemasaran digital pada UMKM Keripik Bunda Bengkalis, untuk mengetahui dan menganalisa STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) pada UMKM Keripik Bunda Bengkalis, untuk mengetahui kendala dan solusi yang dihadapi pada UMKM Keripik Bunda Bengkalis. Metode pelaksanaan proyek terdiri dari tiga tahap yaitu rencana persiapan proyek, rencana pelaksanaan proyek, rencana penyelesaian dan pelaporan proyek. Hasil menunjukkan bahwa adanya peningkatan yang signifikan pada pemasaran digital di sosial media *facebook, whatsapp business*. Penerapan pemasaran digital membawa dampak positif bagi UMKM Keripik Bunda Bengkalis, terutama dalam interaksi dan peningkatan penjualan. Kendala yang dihadapi adanya persaingan yang ketat, dilihat dari ada banyaknya merek keripik yang di pasarkan sehingga membuat tidak dapat membedakan antara satu produk dengan produk lainnya. Selain itu, potensi keuntungan yang menjanjikan juga membuat bisnis keripik menarik bagi para pengusaha dan juga penyebab persaingan yang tinggi adalah karena mudahnya pengusaha masuk ke bisnis ini. Hal ini juga dikarenakan produksi usaha keripik relatif sederhana dan modal awal tidak terlalu besar. Solusi yang dilakukan adalah lebih ekstra dalam melakukan promosi di Sosial Media dan membuat konten yang lebih menarik konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk UMKM Keripik Bunda Bengkalis.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*), UMKM.

IMPLEMENTATION OF MARKETING IN MSMESS OF BUNDA BENGKALIS CHIPS

Student Name : Satrio Fajar Pradaha
Student ID Number : 5103201487
Supervisor : Supriati, S.ST., M.Si

Abstract

This project aims to apply the digital marketing process to the MSME Bunda Bengkalis Chips, to find out and analyze STP (Segmenting, Targeting, Positioning) in the MSME Bunda Bengkalis Chips, to find out the obstacles and solutions faced by the MSME Bunda Bengkalis Chips. The project implementation method consists of three stages, namely project preparation plan, project implementation plan, completion plan and project reporting. The results show that there has been a significant increase in digital marketing on social media Facebook, WhatsApp business. The implementation of digital marketing has had a positive impact on MSMEs Bunda Bengkalis Chips, especially in interaction and increasing sales. The obstacle faced is tight competition, seen from the many brands of chips on the market, making it impossible to differentiate between one product and another. Apart from that, the promising profit potential also makes the chips business attractive for entrepreneurs and also the reason for the high competition is because it is easy for entrepreneurs to enter this business. This is also because the chip production business is relatively simple and the initial capital is not too large. The solution is to be more extra in promoting on Social Media and creating content that is more attractive to consumers so that consumers are interested in buying MSME products, Bunda Bengkalis Chips.

Keywords: *Digital Marketing, STP (Segmenting, Targeting, Positioning), MSMEs.*