

IMPLEMENTASI *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA UMKM PEMPEK “MAK YATI” BENGKALIS

Nama Mahasiswa : Nabila Huda
NIM : 5103201452
Dosen Pembimbing : Bustami, S.ST., M.Si

Abstrak

Kegiatan ini adalah kegiatan yang berkaitan dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis STP (*segmenting, targeting, positioning*), untuk melakukan penerapan *Social Media Marketing* pada UMKM Pempek “Mak Yati”, untuk mengetahui kendala yang dihadapi dan untuk mengetahui solusi dari kendala yang dihadapi. Metode pelaksanaan penerapan *Social Media Marketing* yaitu rencana persiapan, rencana pelaksanaan, rencana penyelesaian dan pelaporan proyek. Hasil dari penerapan *Social Media Marketing* yaitu mengetahui analisa SWOT, analisis STP, pembuatan *Instagram*, pembuatan *facebook*, pembuatan *Tiktok*, pembuatan konten dan penyusunan kalender *Social media*, sehingga UMKM Pempek “Mak Yati” berhasil memasarkan produk secara *online*, meningkatkan penjualan, dan menjangkau calon konsumen secara luas. Kendala-kendala yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dan keahlian dalam pengeditan konten, kurangnya respon yang baik dari pengguna *Social media* terhadap penerapan *Social Media Marketing* yang sudah dilakukan. Solusi dari kendala-kendala tersebut adalah dengan cara mempelajari pengeditan konten dengan melihat tutorial pengeditan konten dan melakukan evaluasi perbaikan terhadap penerapan *Social Media Marketing* yang telah dilakukan.

Kata kunci: Social media, Promosi, UMKM.

THE IMPLEMENTATION OF SOCIAL MEDIA MARKETING IN MSMEs PEMPEK "MAK YATI" BENGKALIS

Name : Nabila Huda
Student ID Number : 5103201452
Supervisor : Bustami, S.ST., M.Si

Abstract

This activity is an activity related to Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). This activity aims to analyze STP (segmenting, targeting, positioning), to implement in Pempek "Mak Yati" MSMEs, to find out the obstacles faced and to find out solutions to the obstacles faced. The methods for implementing Social Media Marketing are preparation plans, implementation plans, completion plans and project reporting. The results of implementing social Media Marketing are knowing SWOT analysis, STP analysis, creating Instagram, creating Facebook, creating Tiktok, creating content and preparing a social media calendar, so that the UMKM Pempek "Mak Yati" is successful in marketing products online, increasing sales, and reaching potential candidates. consumers at large. The obstacles faced are a lack of knowledge and expertise in editing content, a lack of good response from social media users to the implementation of social Media Marketing that has been carried out. The solution to these obstacles is to learn content editing by watching content editing tutorials and evaluating improvements to the implementation of social Media Marketing that have been carried out.

Keywords: *Social media, Promotion, MSMEs*