

PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* PADA UMKM PUTRI MANDIRI DI KABUPATEN BENGKALIS

Nama Mahasiswa : Rifka Putri
NIM : 5103201445
Dosen Pembimbing : Supriati, S.ST, M.Si

Abstrak

Tujuan dari proyek ini untuk menganalisa bagaimana bauran pemasaran pada UMKM Putri Mandiri, untuk menerapkan *Digital Marketing* dan menganalisa kendala, solusi pada proses Penerapan Digital Marketing pada UMKM Putri Mandiri. Penulis menggunakan 3 metode yang terdiri dari rencana persiapan proyek, rencana pelaksanaan proyek, rencana penyelesaian dan pelaporan proyek. Hasil dari menganalisa bauran pemasaran, yaitu terdiri dari produk, tempat, harga, promosi. Penerapan *Digital Marketing* yang dilakukan pada UMKM Putri Mandiri memiliki beberapa tahapan. Yang pertama yaitu, Analisa SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, analisa STP, pembuatan *Google MyBusiness*, penyusunan kalender sosial media, pembuatan konten, pemilihan sosial media seperti *Instagram*, *Facebook*, pemilihan *marketplace* di *Facebook* sehingga berhasil memasarkan produk secara online, Meningkatkan penjualan, menjangkau calon konsumen secara luas. Kendala yang dihadapi yaitu kurangnya respon baik dari pengguna sosial media terhadap penerapan digital marketing yang sudah dilakukan. Keterbatasan pengetahuan teknologi. Solusi dari kendala yang dihadapi yaitu melakukan evaluasi perbaikan terhadap penerapan digital marketing. Mempelajari cara pengeditan konten dengan melihat tutorial pengeditan konten di *youtube* dan *tiktok* serta melakukan pengeditan konten menggunakan aplikasi yang mudah.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Bauran Pemasaran, Sosial Media, UMKM.

IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING IN PUTRI MANDIRI MSMEs IN BENGKALIS DISTRICT

Nama Mahasiswa : Rifka Putri
Student ID Number : 5103201445
Dosen Pembimbing : Supriati, S.ST, M.Si

Abstract

The aim of this project is to analyze the marketing mix at Putri Mandiri MSMEs, to implement Digital Marketing and analyze obstacles and solutions in the process of implementing Digital Marketing at Putri Mandiri MSMEs. The author uses 3 methods consisting of project preparation plans, project implementation plans, completion plans and project reporting. The results of analyzing the marketing mix, which consists of product, place, price, promotion. The implementation of Digital Marketing carried out at Putri Mandiri MSMEs has several stages. The first is, SWOT analysis to determine strengths, weaknesses, opportunities and threats, STP analysis, creating Google MyBusiness, preparing a social media calendar, creating content, selecting social media such as Instagram, Facebook, selecting a marketplace on Facebook so that you can successfully market products online , Increase sales, reach potential consumers widely. The obstacle faced is the lack of good response from social media users to the digital marketing implementation that has been carried out. Limited technological knowledge. The solution to the obstacles faced is to evaluate improvements to the implementation of digital marketing. Learn how to edit content by watching content editing tutorials on YouTube and TikTok and editing content using easy applications.

Keywords: *Digital Marketing, Marketing Mix, Social Media, MSMEs.*