

PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* PADA UMKM KARYA BUNDA KERUPUK IKAN DAN UDANG DI DESA PANGKALAN BATANG BARAT

Nama : Putri Rizkiyah
NIM : 5103211521
Dosen Pembimbing : Nazrantika Sunarto, SE., MM

Abstrak

Proyek ini bertujuan untuk menganalisis dan menerapkan strategi *digital marketing* pada UMKM Karya Bunda yang bergerak di bidang produksi kerupuk ikan dan udang di Desa Pangkalan Batang Barat, Kabupaten Bengkalis. Penerapan digital marketing dilakukan sebagai upaya untuk mengatasi keterbatasan dalam pemasaran konvensional dan meningkatkan jangkauan pasar. Metode yang digunakan dalam proyek ini meliputi analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*), serta STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*). Strategi pemasaran digital yang diterapkan meliputi pembuatan akun *Google My Business*, pemanfaatan media sosial (*Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business*), penyusunan kalender konten, serta pemasaran melalui marketplace lokal. Hasil dari penerapan strategi digital marketing menunjukkan peningkatan visibilitas UMKM Karya Bunda di platform digital, pertumbuhan interaksi dengan konsumen, serta peningkatan penjualan selama periode pelaksanaan proyek. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan literasi digital pemilik usaha dan keterbatasan jaringan internet, namun dapat diatasi melalui pendampingan dan pelatihan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan motivasi bagi UMKM lainnya dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan adaptif terhadap era digital.

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

**IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING IN MSMEs
KARYA BUNDA OF FISH AND SHRIMP CRACKERS
IN PANGKALAN BATANG BARAT VILLAGE**

Name : Putri Rizkiyah
Student ID Number : 5103211521
Advisor : Nazrantika Sunarto, SE., MM

Abstract

This project aims to analyze and implement digital marketing strategies for MSMEs Karya Bunda, which specializes in producing fish and shrimp crackers in Pangkalan Batang Barat Village, Bengkalis Regency. The implementation of digital marketing serves as an effort to overcome limitations in conventional marketing and to expand market reach. The methods used in this project include SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and STP analysis (Segmentation, Targeting, Positioning). The digital marketing strategies applied consist of creating a Google My Business profile, utilizing social media platforms (Instagram, Facebook, and WhatsApp Business), organizing a content calendar, and marketing through local marketplaces. The results of the digital marketing implementation indicate increased online visibility, growth in customer engagement, and an improvement in sales during the project period. Challenges faced include the limited digital literacy of the business owner and poor internet connectivity, which were addressed through mentoring and training. This study is expected to serve as a reference and motivation for other MSMEs in developing more effective and adaptive marketing strategies in the digital era.

Keywords: *Digital Marketing, MSMEs, Marketing Strategy, SWOT, Social Media.*