

IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* PADA UMKM "GERAI PAK EKO" DI BENGKALIS

Nama : Cahaya Putri Tampubolon
NIM : 5604221004
Dosen Pembimbing : Erma Domos, BA.,M.TCSOL

ABSTRAK

Proyek ini bertujuan untuk mengimplementasikan *Digital Marketing* pada UMKM Gerai Pak Eko di Bengkalis guna meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing usaha. Metode yang digunakan meliputi analisis SWOT dan STP untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal usaha, serta penerapan *Digital Marketing* melalui *Instagram*, *TikTok*, *Google Business Profile*, dan *Marketplace Maxim*. Gerai Pak Eko menawarkan berbagai produk makanan ringan, yaitu Pisang Cokelat Keju, Tahu Isi, Tahu Bakso, dan Pisang Goreng dengan harga yang terjangkau, berkisar antara Rp1.000 hingga Rp16.000. Berdasarkan hasil implementasi, akun Instagram Gerai Pak Eko memperoleh 41.423 tayangan, dengan jangkauan 6.162 akun dan total 185 pengikut, sedangkan akun TikTok memperoleh 38 ribu tayangan video, disertai peningkatan interaksi pengguna dan total 165 pengikut. Pemanfaatan *Google Business Profile* dan *Marketplace Maxim* turut meningkatkan aksesibilitas informasi usaha serta mempermudah konsumen dalam menemukan dan melakukan pemesanan produk. Strategi STP menargetkan pelajar, mahasiswa, pekerja, dan masyarakat umum dengan *positioning* sebagai penyedia makanan ringan yang lezat, berkualitas, dan terjangkau. Hasil proyek menunjukkan adanya peningkatan visibilitas usaha, interaksi pelanggan, dan kesadaran merek. Kontribusi dari proyek ini adalah tersusunnya strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan secara berkelanjutan untuk mendukung pengembangan dan meningkatkan daya saing UMKM Gerai Pak Eko di era digital.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Bauran Pemasaran, *Digital Marketing*, STP (*Segmenting*, *Targeting*, *Positioning*), UMKM Gerai Pak Eko.

IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING IN MSMEs “GERAI PAK EKO” IN BENGKALIS

Student Name : Cahaya Putri Tampubolon
Student ID Number : 5604221004
Supervisor : Erma Domos,BA.,M.TCSOL

ABSTRACT

This project aims to implement Digital Marketing for Gerai Pak Eko MSME in Bengkalis to improve business visibility, expand market reach, and enhance business competitiveness. The methods employed include SWOT and STP analyses to identify the internal and external conditions of the business, as well as the implementation of Digital Marketing through Instagram, TikTok, Google Business Profile, and the Maxim Marketplace. Gerai Pak Eko offers a variety of Indonesian snack products, including Pisang Cokelat Keju, Tahu Isi, Tahu Bakso, and Pisang Goreng, at affordable prices ranging from IDR 1,000 to IDR 16,000. Based on the implementation results, Gerai Pak Eko's Instagram account generated 41,423 impressions, reached 6,162 accounts, and gained a total of 185 followers. Meanwhile, the TikTok account achieved 38 thousand video views, accompanied by increased user engagement and a total of 165 followers. The use of Google Business Profile and the Maxim Marketplace improved the accessibility of business information and made it easier for customers to find and order products. The STP strategy targeted school students, university students, employees, and the general public by positioning Gerai Pak Eko as a provider of delicious, high-quality, and affordable snacks. The project results indicate an increase in business visibility, customer engagement, and brand awareness. The main contribution of this project is the development of a sustainable Digital Marketing strategy that can be continuously implemented to support the growth and competitiveness of Gerai Pak Eko MSME in the digital era.

Keywords: *SWOT Analysis, Marketing Mix, Digital Marketing, STP (Segmentation, Targeting, Positioning), Marketing Mix, MSMEs Gerai Pak Eko*