

**PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* PADA KERIPIK PEDAS MAK ASIH,
KERIPIK TEMPE CEMILAN MAKUSU, DAN RENGGINANG
MAK ODAH DI DESA PEMATANG DUKU TIMUR**

Nama : Nisa Nurfadhila
NIM : 5604221050
Dosen Pembimbing : Dwi Astuti, S.E., M.Si

Abstrak

Proyek tugas akhir ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan *digital marketing* mempromosikan produk pada UMKM Keripik Pedas Mak Asih, Keripik Tempe Cemilan Makusu, dan Rengginang Mak Odah yang berlokasi di Desa Pematang Duku Timur, Kabupaten Bengkalis. Tujuan Utama Proyek ini ialah untuk membantu pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya tarik produk melalui media digital. Metode yang digunakan yaitu analisis *Strenght, Weakneses, Opportunity, Threats*, (SWOT), dan *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP). Strategi *Digital Marketing* yang diterapkan meliputi penggunaan media sosial (*Instagram, Facebook, Tiktok dan Whatsapp Business*), pembuatan akun *Google My Business*, serta pemanfaatan Marketplace shopee. Hasil proyek menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berperan penting dalam meningkatkan brand awareness dan minat beli konsumen. Meskipun demikian, masih ditemukan kendala seperti kurangnya pemahaman teknologi dari pelaku usaha serta keterbatasan ide dalam pembuatan konten digital yang menarik. Solusi yang dilakukan Adalah dibutuhkan pendampingan dan pelatihan berkelanjutan agar strategi *digital marketing* dapat diterapkan secara optimal, memberikan dampak jangka Panjang bagi keberlanjutan usaha dan terus menerus mencari referensi ide dari berbagai sumber untuk mendapatkan ide konten yang menarik.

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

***IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING ON MAK ASIH SPICY
CHIPS, MAKUSU SNACK TEMPE CHIPS, AND MAK ODAH RENGGINANG
IN EAST PEMATANG DUKU VILLAGE***

Name : Nisa Nurfadhila
Student ID Number : 5604221050
Advisor : Dwi Astuti, S.E., M.Si

Abstract

This final project was conducted to determine how the application of digital marketing to promote products in MSMEs Mak Asih Spicy Chips, Makusu Snack Tempe Chips, and Mak Odah Rengginang located in Pematang Duku Timur Village, Bengkalis Regency. The main objective of this project is to help business actors in expanding market reach and increasing product appeal through digital media. The methods used are Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) analysis, and Segmenting, Targeting, Positioning (STP). The digital marketing strategies implemented include the use of social media (Instagram, Facebook, Tiktok and Whatsapp Business), the creation of a Google My Business account, and the use of the Shopee Marketplace. The project results show that the use of social media plays an important role in increasing brand awareness and consumer purchasing interest. However, obstacles are still found such as a lack of technological understanding from business actors and limited ideas in creating attractive digital content. The solution is to provide ongoing mentoring and training so that digital marketing strategies can be implemented optimally, providing long-term impacts on business sustainability and continuously seeking reference ideas from various sources to get interesting content ideas.

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