

IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* PADA WAROENG A&K DI BENGKALIS

Nama : Magdalena Munte
Nim : 5103211571
Pembimbing : Supriati, S. ST., M.Si

Abstrak

Proyek ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana bauran pemasaran (*marketing mix*), yang telah dilakukan oleh UMKM Waroeng A&K yang bergerak di bidang kuliner di Bengkalis. Selanjutnya, proyek ini bertujuan untuk mengimplementasikan *digital marketing* sebagai strategi promosi guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM di era *digital*. Proyek ini juga mencakup analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai dasar pengambilan strategi pemasaran yang tepat. Selain itu, proyek ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama proses implementasi *digital marketing* serta solusi yang diterapkan untuk mengatasi kendala tersebut. Metode pelaksanaan proyek terdiri dari beberapa tahap, yaitu analisis SWOT, analisis STP, penyusunan kalender konten, pembuatan konten, pemilihan media sosial yang relevan seperti *Instagram*, *WhatsApp Business*, dan *Facebook*, serta pendaftaran UMKM ke aplikasi *Maxim* sebagai mitra pengantaran produk. Hasil dari proyek ini menunjukkan bahwa *digital marketing* dapat memberikan dampak yang positif bagi UMKM, terutama dalam meningkatkan interaksi pelanggan melalui media sosial dan jumlah pemesanan produk. Namun, kendala yang dihadapi selama pelaksanaan proyek antara lain adalah kurangnya waktu dari pemilik UMKM untuk komunikasi dan terbatasnya keterampilan dalam pengeditan konten. Solusi yang diterapkan untuk mengatasi kendala ini adalah meningkatkan komunikasi melalui pihak ketiga dan menggunakan aplikasi pengeditan yang mudah digunakan.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, UMKM, Media Sosial, Waroeng A&K, Pemasaran *Online*

IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING AT WAROENG A&K IN BENGKALIS

Student Name : Magdalena Munte
Student ID Number : 5103211571
Supervisor : Supriati, S. ST., M.Si

Abstract

This project aims to identify and analyze the marketing mix used by Waroeng A&K, an MSME engaged in the culinary sector in Bengkalis. Furthermore, this project aims to implement digital marketing as a promotional strategy to expand market reach and increase the competitiveness of MSMEs in the digital era. This project also includes a SWOT analysis to evaluate strengths, weaknesses, opportunities, and threats as a basis for developing appropriate marketing strategies. Additionally, the project aims to identify challenges encountered during the implementation of digital marketing and the solutions applied to address these challenges. The project implementation methodology consists several stages, including SWOT analysis, STP analysis, content calendar development, content creation, selection of relevant social media platforms such as Instagram, WhatsApp Business, and Facebook, and registering SMEs on the Maxim app as product delivery partners. The results of this project show that digital marketing can have a positive impact on SMEs, particularly in enhancing customer interaction through social media and increasing product orders. However, challenges encountered during the project include insufficient time from SME owners for communication and limited skills in content editing. The solutions implemented to address these challenges included enhancing communication through third parties and using user-friendly editing applications.

Keywords: *Digital Marketing, SMEs, Social Media, Waroeng A&K, Online Marketing*