

PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* PADA USAHA PISCOK 3Z LUMER

Nama Mahasiswa : Lili Asmira
NIM : 5103211509
Dosen Pembimbing : Dwi Astuti, S.E., M.Si

Abstrak

Tujuan dilakukannya proyek penerapan *digital marketing* pada usaha Piscok 3Z Lumer ini yaitu untuk menganalisa penerapan strategi bauran pemasaran yang telah dilakukan Piscok 3Z Lumer, untuk menerapkan *digital marketing*, dan juga untuk menganalisis kendala dan solusi dalam proses pelaksanaan *digital marketing*. Metode yang digunakan yaitu analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), dan analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Strategi *digital marketing* yang diterapkan meliputi penggunaan *social media* (*WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram*), pembuatan akun *Google My Business* dan juga pemanfaatan *Marketplace Maxim Merchant*. Hasil proyek ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan yang signifikan terkait promosi yang dilakukan melalui *social media* sehingga membuat Piscok 3Z Lumer semakin dikenali. Namun hal ini tidak terlepas dari adanya kendala-kendala yang dihadapi seperti jaringan internet yang sering tidak stabil yang menyebabkan terhambatnya proses pembuatan konten dan mengunggah konten promosi ke *social media*, dan keterbatasan ide pembuatan konten yang menarik. Solusi yang dilakukan yaitu dengan mencari *provider* lain yang jaringannya lebih stabil dan mencari referensi-referensi diberbagai sumber terkait ide-ide konten yang menarik.

Kata kunci: *Digital Marketing, Penerapan, Piscok 3Z Lumer, Promosi, Social Media*

THE IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING IN PISCOK 3Z LUMER BUSINESS

Name : Lili Asmira
Student ID Number : 5103211509
Supervisor : Dwi Astuti, S.E., M.Si

Abstract

The aim of this digital marketing implementation project at the Piscok 3Z Lumer business is to analyze the application of the marketing mix strategy that has been carried out by Piscok 3Z Lumer, to apply digital marketing, and also to analyze the obstacles and solutions in the process of implementing digital marketing. The method used is SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), and STP analysis (Segmenting, Targeting, Positioning). The digital marketing strategy implemented includes the use of social media (WhatsApp Business, Facebook, and Instagram), the creation of a Google My Business account and also the utilization of the Maxim Merchant Marketplace. The results of this project show that there is a significant increase related to promotions carried out through social media so that Piscok 3Z Lumer is increasingly recognized. However, this is inseparable from the obstacles faced such as the internet network that is often unstable which causes obstruction in the process of creating content and uploading promotional content to social media, and limited ideas for creating interesting content. The solution is to find another provider with a more stable network and look for references in various sources related to interesting content ideas.

Keyword: *Digital Marketing, Implementation, Piscok 3Z Lumer, Promotion, Social Media*