

IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* PADA UMKM RISOL MAYO MAMA MUTIA DI BENGKALIS

Nama Mahasiswa : Dhenok Ramdana
Nim : 5604221079
Dosen Pembimbing : Larbiel Hadi, S.Sos., M.Si

Abstrak

Implementasi *digital marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. UMKM Risol Mayo Mama Mutia di Bengkulu belum memanfaatkan *digital marketing* secara optimal sehingga kegiatan promosi masih terbatas. Keterbaruan proyek ini terletak pada implementasi *digital marketing* melalui optimalisasi media sosial dan *platform digital* sebagai media pemasaran. Tujuan proyek ini adalah implementasi *digital marketing* pada UMKM Risol Mayo Mama Mutia, menganalisis strategi pemasaran menggunakan metode *Strenght, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) dan *Segmentation, Targetting, Positioning* (STP), serta mengidentifikasi kendala dan solusi selama pelaksanaan proyek. Metode yang digunakan adalah metode proyek yang terdiri dari tahap perencanaan, pelaksanaan, implementasi, dan evaluasi. Implementasi dilakukan melalui pembuatan dan pengelolaan akun *Instagram* risolmayomamamutia_, serta *Google My Business* yang didukung dengan penyusunan kalender konten dan publikasi secara konsisten. Hasil proyek menunjukkan bahwa implementasi *digital marketing* mampu meningkatkan jangkauan promosi, interaksi konsumen, dan membantu meningkatkan penjualan UMKM Risol Mayo Mama Mutia. Kendala yang ditemukan meliputi keterbatasan waktu pembuatan konten, pengalaman dalam pengelolaan media sosial, dan persaingan usaha sejenis. Solusi yang dilakukan yaitu penyusunan kalender konten, mencari referensi konten, serta melakukan evaluasi dan pengelolaan media sosial secara konsisten.

Kata kunci : Implementasi *Digital Marketing*, Media Sosial, Risol Mayo Mama Mutia.

IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* PADA UMKM RISOL MAYO MAMA MUTIA DI BENGKALIS

Nama Mahasiswa : Dhenok Ramdana
Nim : 5604221079
Dosen Pembimbing : Larbiel Hadi, S.Sos., M.Si

Abstract

The implementation of digital marketing is one of the marketing strategies that can be utilized by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to expand market reach and increase sales. Risol Mayo Mama Mutia MSME in Bengkalis has not yet utilized digital marketing optimally, resulting in limited promotional activities. The novelty of this project lies in the implementation of digital marketing through the optimization of social media and digital platforms as marketing media. This project aims to implement digital marketing at Risol Mayo Mama Mutia MSME, analyze marketing strategies using the Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) and Segmentation, Targeting, Positioning (STP) methods, and identify obstacles and solutions during project implementation. The method used is a project method consisting of planning, implementation, execution, and evaluation stages. The digital marketing implementation was carried out through the creation and management of the Instagram account risolmayomamamutia_, and Google My Business, supported by the preparation of a content calendar and consistent content publication. The results of the project show that digital marketing implementation can increase promotional reach, consumer interaction, and help improve sales of Risol Mayo Mama Mutia MSME. The obstacles encountered include limited time for content creation, lack of experience in social media management, and competition from similar businesses. The solutions implemented were creating a content calendar, seeking content references, and conducting continuous evaluation and social media management.

Keyword : Digital Marketing Implementation, MSME, Social Media, Risol Mayo Mama Mutia.