

PENERAPAN PEMASARAN *DIGITAL* MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATAKN PENJUALAN UMKM AYAM GEPREK AFLAHAL DI KECAMATAN BENGKALIS

Nama Mahasiswa : Yunita Agustin
Nim : 5604221015
Dosen Pembimbing : Rizqa Arimurti, SE., M.Acc.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan pemasaran digital melalui media sosial dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Ayam Geprek Aflahal di Kecamatan Bengkalis. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menerapkan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran digital. Penerapan pemasaran digital dilakukan melalui pembuatan dan pengelolaan akun media sosial Instagram, TikTok, penyusunan kalender konten, pembuatan konten promosi berupa foto dan video, serta pemanfaatan Google Business Profile dan marketplace Maxim Merchant sebagai media pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pemasaran digital mampu meningkatkan jangkauan promosi, memperluas pengenalan produk kepada masyarakat, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan UMKM Ayam Geprek Aflahal. Selama pelaksanaan proyek, terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan pengetahuan pemilik usaha mengenai pemasaran digital, belum konsistennya pembuatan konten, serta keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan fitur-fitur media sosial secara optimal. Solusi yang dilakukan yaitu memberikan edukasi mengenai digital marketing, menyusun kalender konten sebagai pedoman publikasi, mengoptimalkan penggunaan aplikasi *Canva* dan *CapCut* dalam pembuatan konten, serta memanfaatkan fitur-fitur media sosial untuk meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Media Sosial, UMKM, Ayam Geprek Aflahal, Penjualan.