

IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING PADA UMKM "OTAK OTAK SINGAPUR" DI BENGKALIS

Nama : Jhonatan
Nim : 5103211502
Dosen Pembimbing : Erma Domos,BA.,M.TCSOL

Abstrak

Proyek ini bertujuan untuk mengimplementasikan *digital marketing* pada UMKM Otak Otak Singapur di Bengkalis guna meningkatkan daya saing usaha dan memperluas jangkauan pasar. Metode yang digunakan meliputi analisis SWOT dan STP untuk memahami kondisi internal dan eksternal usaha, serta strategi digital marketing melalui *Instagram*, *TikTok*, *WhatsApp Business*, *Google My Business*, dan *marketplace Maxim*. Berdasarkan *insight dashboard*, akun *Instagram* berhasil menjangkau 5.817 akun dengan pengunjung 10.327 dan total pengikut mencapai 133. *TikTok* mencatat total penonton sebanyak 12.177 dengan pertumbuhan interaksi yang signifikan serta pengikut sebanyak 183. *WhatsApp Business* memudahkan proses pemesanan dan katalog produk, dengan peningkatan respons pelanggan yang lebih cepat. Strategi STP menargetkan segmen anak muda dan pencinta kuliner, dengan positioning sebagai jajanan bakaran khas yang unggul dalam rasa. Hasil proyek menunjukkan peningkatan visibilitas usaha, interaksi pelanggan, dan kesadaran merek. Kontribusi dari proyek ini adalah tersusunnya strategi pemasaran *digital* berbasis data yang aplikatif dan berkelanjutan, yang dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM kuliner dalam menghadapi persaingan *digital*.

Kata Kunci: Analisis SWOT, STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*), Bauran Pemasaran, *Digital Marketing*, UMKM Otak Otak Singapur

IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING IN MSMEs “OTAK OTAK SINGAPUR” IN BENGKALIS

Student Name : Jhonatan
Student ID Number : 5103211502
Supervisor : Erma Domos,BA.,M.TCSOL

Abstract

This project aims to implement digital marketing at Singapur Brain Brain MSME in Bengkalis to improve business competitiveness and expand market reach. The methods used include SWOT and STP analysis to understand the internal and external conditions of the business, as well as digital marketing strategies through Instagram, TikTok, WhatsApp Business, Google My Business, and Maxim marketplace. Based on the insight dashboard, the Instagram account managed to reach 5,817 accounts with 10.357 Views and a total of 133 followers. TikTok recorded a total audience of 12.177 with significant growth in interactions and 183 followers. WhatsApp Business facilitated the ordering process and product catalog, with an increase in faster customer response. The STP strategy targeted the youth and foodie segments, positioning it as a signature grilled snack that excels in flavor. The project results showed an increase in business visibility, customer interaction, and brand awareness. The contribution of this project is the development of an applicable and sustainable data-based digital marketing strategy, which can be a reference for culinary MSME players in facing digital competition.

Keywords: SWOT Analysis, STP (Segmenting, Targeting, Positioning), Marketing Mix, Digital Marketing, MSMEs Otak Otak Singapur.