



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Digital Communication

Shifa Aulia Putri - 44516010009

Pendampingan UMKM Ieko Ratu Eceng Dalam Menyusun Strategi Pemasaran

Digital Pada Instagram

Jumlah Halaman : xiv + 109 Halaman + 22 Lampiran.

Bibliografi : 43 Acuan, Tahun 2010-2020.

ABSTRAK

Media pemasaran pada era digital seolah sebagai primadona pemecah solusi, oleh sebab itu pelaku usaha memanfaatkan media pemasaran online sebagai penggerak roda bisnisnya. Tugas Akhir Peduli Negeri ini membahas tentang perancangan dan pendampingan dalam pemanfaatan media sosial Instagram UMKM Ieko Ratu Eceng yang bertujuan sebagai media pemasaran digital. Alasan penulis memilih UMKM ini karena memiliki *value* produk yang *eco-friendly*, handmade lokal Indonesia dan cocok dipasarkan pada saat pandemi ini, dimana masyarakat kebanyakan berada dirumah cenderung bosan sehingga merubah atau mempercantik tatanan rumah dengan produk-produk unik. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan tim pada saat wawancara, kurangnya pemahaman mengenai pemasaran dan pengelolaan media sosial Instagram menjadi salah satu permasalahan mitra maka dibutuhkan pendampingan agar UMKM Ieko Ratu Eceng dapat memasarkan dan mengelola penjualan produknya secara online.

Penulis melalukan pendampingan dan pelatihan mengenai Strategi Media Pemasaran Digital pada Instagram UMKM Ieko Ratu Eceng yang dilaksanakan selama 9 bulan melalui *Whatsapp Group* dan *Mini Workshop*, dengan hasil adanya *feedback* yang positif baik dari jumlah *followers*, dan *engagement* pada akun Instagram @ieko_ratueceng dengan diterapkannya strategi pemasaran digital dan pengoptimasian penggunaan fitur-fitur di Instagram.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran Digital, Media sosial Instagram, UMKM*



MERCU BUANA

Mercy Buana University

Faculty Of Communication

Majoring Digital Communication

Shifa Aulia Putri - 44516010009

SMES Assistance Ieko Ratu Eceng in Developing a Digital Marketing Strategy on Instagram

Number of Pages : xiv + 109 Pages + 22 Attachments.

Bibliography : 43 References, Year 2010-2020.

ABSTRACT

Marketing media in the digital era seems to be the prima donna of solving solutions, therefore business actors use online marketing media as a driving force for their business. This Peduli Negeri Final Project discusses the design and assistance in the use of Ieko Ratu Eceng SMES Instagram social media which aims as a digital marketing medium. The reason the author chose this SMES is because it has an eco-friendly product value, local Indonesian handmade and is suitable to be marketed during this pandemic, where most people are at home tend to be bored so that they change or beautify the home arrangement with unique products. Based on the results of the SWOT analysis conducted by the team at the time of the interview, the lack of understanding about marketing and managing Instagram social media is one of the partner problems, so assistance is needed so that SMES Ieko Ratu Eceng can market and manage sales of their products online.

The author carried out mentoring and training regarding the Digital Marketing Media Strategy on Ieko Ratu Eceng's Instagram SMES which was carried out for 9 months through Whatsapp Group and Mini Workshop, with the results of positive feedback both from the number of followers, and engagement on the @ieko_ratueceng Instagram account with the implementation of marketing strategies digital and optimizing the use of features on Instagram.

Keywords: Digital Marketing Strategy, Instagram Social Media, SMES