

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Kewirausahaan Pada Kerupuk Kemplang Cek Tim Melalui Perancangan Pemasaran *Digital (Digital Marketing)*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kewirausahaan pada UMKM Kerupuk Kemplang Cek Tim, dengan fokus pada pengembangan usaha melalui strategi pemasaran *digital*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yang meliputi analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC) untuk mengolah data primer dari wawancara dan data sekunder dari dokumentasi, jurnal, dan buku. Pemasaran *digital* yang digunakan yaitu media sosial Whatsapp Business dan Tiktok. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kerupuk Kemplang Cek Tim memiliki kekuatan berupa kualitas produk yang baik, cita rasa khas, harga yang terjangkau, serta lokasi usaha yang strategis. Namun, usaha ini masih menghadapi beberapa kelemahan, terutama dalam pemanfaatan teknologi *digital* untuk kegiatan pemasaran. Berdasarkan analisis *Business Model Canvas* (BMC), usaha ini memiliki sembilan elemen utama, mulai dari segmen pelanggan yang mencakup berbagai kalangan masyarakat, *value proposition* berupa produk kerupuk khas Palembang yang berkualitas, hingga *cost structure* yang terdiri atas biaya bahan baku, listrik, air, transportasi, dan biaya operasional lainnya. Pada penelitian ini juga menemukan bahwa Kerupuk Kemplang Cek Tim belum mengoptimalkan pemasaran secara *digital* khususnya melalui media sosial. Karena itulah, rancangan *digital marketing* yang diusulkan mencakup penggunaan Whatsapp Business dan Tiktok dengan fokus pada konten video yang menarik bagi pengguna. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran *digital* menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan jangkauan promosi, memperluas audiens, meningkatkan interaksi pelanggan, serta memperkuat citra merek Kerupuk Kemplang Cek Tim di media *digital*.

Kata Kunci: Kerupuk Kemplang Cek Tim, *Digital Marketing*, Whatsapp Business, Tiktok.

ABSTRACT

Entrepreneurship Development Strategy at Kerupuk Kemplang Cek Tim Through Digital Marketing Design

This study aims to analyze entrepreneurship in the Kerupuk Kemplang Cek Tim MSME, focusing on business development through digital marketing strategies. The method used in this research is qualitative, employing SWOT Analysis and the Business Model Canvas (BMC) to process primary data obtained from interviews and secondary data collected from documentation, journals, and books. The digital marketing platforms utilized include WhatsApp Business and Tiktok. The results of the analysis indicate that Kerupuk Kemplang Cek Tim possesses several strengths, including good product quality, distinctive taste, affordable prices, and a strategic business location. However, the business still faces several weaknesses, particularly in the utilization of digital technology for marketing activities. Based on the Business Model Canvas (BMC) analysis, the business consists of nine key elements, ranging from customer segments that cover various groups of society, a value proposition in the form of high-quality traditional Palembang crackers, to a cost structure that includes raw material costs, electricity, water, transportation, and other operational expenses. This study also found that Kerupuk Kemplang Cek Tim had not yet optimized digital marketing, especially through social media platforms. Therefore, the proposed digital marketing design includes the use of WhatsApp Business and Tiktok, with a focus on engaging video content for users. The findings show that the implemented digital marketing strategy has produced positive results in increasing promotional reach, expanding audience engagement, improving customer interaction, and strengthening the brand image of Kerupuk Kemplang Cek Tim in digital media.

Keywords: *Kerupuk Kemplang Cek Tim, Digital Marketing, WhatsApp Business, TikTok.*