

ABSTRAK

Analisis Pemasaran *Digital* sebagai Strategi Penerapan Pemasaran UMKM Rumah Daun Palembang

Amirah Zahra
NPM 062240632823

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *digital marketing*, strategi yang digunakan, serta kendala yang dihadapi UMKM Rumah Daun Palembang dalam memasarkan produk kain jumputan. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Rumah Daun Palembang telah menerapkan *digital marketing* melalui Instagram, *WhatsApp Business*, dan *website* sebagai media promosi dan komunikasi dengan konsumen. Strategi yang digunakan meliputi *social media marketing*, *content marketing*, dan *messenger marketing*. Penerapan *digital marketing* memberikan dampak positif berupa perluasan jangkauan pasar, kemudahan akses informasi produk, serta peningkatan interaksi dengan konsumen. Namun, masih terdapat kendala berupa keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya konsistensi dalam pembuatan konten, dan belum optimalnya pemanfaatan fitur *digital marketing*. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* berperan penting dalam mendukung pemasaran dan pengembangan UMKM Rumah Daun Palembang, sehingga diperlukan pengelolaan yang lebih terencana dan berkelanjutan agar hasil yang diperoleh lebih optimal.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Strategi Pemasaran, UMKM, Rumah Daun Palembang.

ABSTRACT

Digital Marketing Analysis as a Marketing Strategy for MSMEs Rumah Daun Palembang

Amirah Zahra
NPM 062240632823

This study aims to examine the implementation of digital marketing, the strategies used, and the challenges faced by Rumah Daun Palembang MSME in marketing its jumputan fabric products. This research employed a descriptive qualitative method, with data collected through observation, interviews, and documentation. The results show that Rumah Daun Palembang has implemented digital marketing through Instagram, WhatsApp Business, and a website as promotional and communication media. The strategies applied include social media marketing, content marketing, and messenger marketing. The implementation of digital marketing has had a positive impact by expanding market reach, improving product information accessibility, and increasing interaction with customers. However, several challenges remain, including limited human resources with digital marketing skills, lack of consistency in content creation, and the suboptimal use of digital marketing features. Based on the findings, it can be concluded that digital marketing plays an important role in supporting the marketing and development of Rumah Daun Palembang MSME. Therefore, more planned and sustainable digital marketing management is needed to achieve optimal results.

Keywords: *Digital Marketing, Marketing Strategy, MSMEs, Rumah Daun Palembang.*