

INTISARI

Perkembangan teknologi informasi sekarang berkembang sangat pesat. Berbagai kegiatan dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan ini untuk melakukan kegiatan apapun baik itu bersosialisasi, memperoleh informasi, maupun berbelanja secara online. UMKM Jalumas merupakan UMKM yang menyediakan jamu tradisional dengan berbagai varian yang ada pada wilayah Kabupaten Banyumas tepatnya Desa Cingebul Kecamatan Lumbir. Jangkauan segmentasi pasar yang belum memenuhi karena masih di Desa Cingebul dan sekitarnya. Dimana dalam proses pemasarannya memanfaatkan relasi antar Kepala Desa, melalui orang ke orang, Whatsapp, dan Facebook sudah tidak aktif lagi karena kekuarangan SDM. Maka dari itu UMKM Jalumas perlu melakukan perencanaan strategi yang khusus dan matang menggunakan Instagram, Facebook, dan Marketplace dalam pemasarannya agar proses penjualan produknya semakin luas. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran digital marketing pada UMKM Jalumas menggunakan metode analisis SWOT, VPC, STP, dan Digital Marketing. Pada penelitian ini peneliti dalam mengumpulkan data menggunakan beberapa metode yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah strategi pemasaran digital marketing pada UMKM Jalumas.

Kata kunci: Digital Marketing, Jalumas, UMKM

ABSTRACT

The development of information technology is now growing very rapidly. Various activities can be carried out by utilizing this development to carry out any activities, be it socializing, obtaining information, or shopping online. Jalumas UMKM is an UMKM that provides traditional herbal medicine with various variants that exist in the Banyumas Regency area, precisely in Cingebul Village, Lumbir District. The reach of market segmentation has not been fulfilled because it is still in Cingebul Village and its surroundings. Where in the marketing process, it utilizes relationships between Village Heads, through person to person, Whatsapp, and Facebook are no longer active due to a shortage of human resources. Therefore, Jalumas UMKM need to plan specific and mature strategies using Instagram, Facebook, and Marketplace in their appearance so that the process of selling their products is wider. Therefore, this study aims to analyze digital marketing marketing strategies at Jalumas SMEs using the SWOT, CFF, VPC, STP, and Digital Marketing analysis methods. In this study, researchers in collecting data used several methods, namely observation, interviews, documentation, and literature study. The results obtained from this study are digital marketing marketing strategies for Jalumas UMKM.

Keyword: Digital Marketing, Jalumas, UMKM