

INTISARI

UMKM Bela Beli Tanggane Dewek merupakan salah satu UMKM yang memiliki banyak sub produk yang diperjual belikan. Hal ini dikarenakan UMKM Bela Beli Tanggane Dewek merupakan perkumpulan pedagang yang bertujuan untuk membuat pasar digital, untuk mempertemukan antara pedagang dan pembeli dalam satu wadah. Kurang luasnya penjualan selama adanya pandemi Covid 19 dan solusi yang dipilih untuk saat ini adalah melakukan pengenalan produk atau promosi melalui whatsapp group. Oleh karena itu diperlukan media promosi yang dapat meningkatkan popularitas UMKM Bela Beli Tanggane Dewek. Pengiklanan media sosial seperti Facebook dan Instagram ads serta penerapan e-mail marketing menjadi solusinya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Value Proposition Canvas. Penerapan Facebook dan Instagram ads menghasilkan jangkauan 68.767 pemirsa dengan interaksi sebanyak 1.462 dan total klik 46 kali. Sedangkan penerapan e-mail marketing menghasilkan 52 e-mail terkirim, 10 e-mail dibuka, dan 3 kali klik. Lalu untuk hasil kuesioner mendapatkan nilai index 85.03% yang artinya penerapan metode Value Proposition Canvas pada UMKM Bela Beli Tangga Dewek sangat disetujui oleh para responden.

Kata Kunci: UMKM, Value Proposition Canvas, Facebook ads, dan E-mail Marketing

ABSTRACT

UMKM Bela Beli Tanggane Dewek is one of the UMKM that has many sub-products that are traded. This is because the UMKM Bela Beli Tanggane Dewek is an association of traders that aims to create a digital market, to bring together traders and buyers in one place. The lack of breadth of sales during the Covid 19 pandemic and the solution chosen for now is to introduce products or promotions through whatsapp groups. Therefore, a promotional media is needed that can increase the popularity of the Bela Beli Tanggane Dewek UMKM. Social media advertising such as Facebook and Instagram ads as well as the implementation of e-mail marketing is the solution. The method used in this research is the Value Proposition Canvas. The implementation of Facebook and Instagram ads resulted in a reach of 68,767 viewers with 1,462 interactions and a total of 46 clicks. Meanwhile, the implementation of e-mail marketing resulted in 52 e-mails being sent, 10 e-mails being opened, and 3 clicks. Then for the results of the questionnaire, the index value was 85.03%, which means that the application of the Value Proposition Canvas method to the Bela Beli Tangga Dewek UMKM was highly approved by the respondents.

Keywords: UMKM, Value Proposition Canvas, Facebook ads, and E-mail Marketing