

RINGKASAN

ARI RISANDI. Strategi Pemasaran Melalui *E-Commerce* (Studi Kasus UMKM Abon Ikan Kardina) Kota Tanjungpinang. Dibimbing oleh KHAIRUL HAFSAR dan TETTY.

Banyak pelaku bisnis menerapkan strategi pemasaran sistem *e-commerce* sebagai tempat menjual barang dan jasa. *E-commerce* merupakan tempat sebagai peluang pengembangan bisnis, salah satu UMKM yang menggunakan sistem ini adalah UMKM Abon Ikan Kardina. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi penerapan strategi pemasaran melalui *e-commerce* pada UMKM Abon Ikan Kardina dan untuk merumuskan strategi pemasaran melalui *e-commerce* di UMKM Abon Ikan Kardina. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret-Mei tahun 2023 di UMKM Abon Ikan Kardina. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT dan AHP. Hasil penelitian menunjukkan penerapan strategi pemasaran melalui *e-commerce* pada UMKM Abon Ikan Kardina dilihat dari beberapa penggunaan aplikasi *e-commerce* dan sosial media berupa *Shopee*, *Facebook*, *Instagram* dan *WhatsApp*. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan AHP, terdapat 4 strategi prioritas dalam perumusan strategi pemasaran melalui *e-commerce* pada UMKM Abon Ikan Kardina, yaitu (1) meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, (2) memberikan informasi kualitas produk yang baik agar dipercaya dipasaran, (4) memperbaiki sumber daya manusia (SDM) yang memahami bidang *e-commerce* serta pembukuan, (4) Rutin melakukan *update* konten pada setiap pada setiap *platform*.

Kata kunci: Abon Ikan Kardina, *E-Commerce*, Strategi Pemasaran, UMKM



SUMMARY

ARI RISANDI. Marketing Strategy Through E-Commerce (Case Study of UMKM Abon Ikan Kardina) Tanjungpinang City. Supervised by KHAIRUL HAFSAR and TETTY.

Many business people implement e-commerce system marketing strategies as a place to sell goods and services. E-commerce is a place for business development opportunities, one of the UMKM that uses this system is the UMKM Abon Ikan Kardina. The aim of the study was to identify the implementation of marketing strategies through e-commerce at UMKM Abon Ikan Kardina and to formulate marketing strategies through e-commerce at UMKM Abon Ikan Kardina. The research was conducted in March-May years 2023 at UMKM Shredded Fish Kardina. The research method used is descriptive qualitative using SWOT and AHP analysis. The results of the study show that the implementation of marketing strategies through e-commerce for UMKM Abon Ikan Kardina can be seen from the use of e-commerce applications and social media in the form of Shopee, Facebook, Instagram and WhatsApp. Based on the results of the SWOT and AHP analysis, there are 4 priority strategies in the formulation of marketing strategies through e-commerce for UMKM Abon Ikan Kardina, namely (1) improving and maintaining product quality, (2) providing good product quality information so that it is trusted in the market, (3) improve human resources who understand e-commerce and bookkeeping, (4) routinely update content on each platform.

Keywords: Abon Ikan Kardina, E-Commerce, Marketing Strategy, UMKM

