

Muhammad Alief Maulidi Wijaya NPM.18.03.3.1.1.00094. Penerapan *digital marketing* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Wingko Dellaffa di Kota Lamongan. Dibawah Bimbingan Bapak **Dr. Burhan, S.TP., MT** dan Bapak **Dr. Ir. Abdul Aziz Jakfar, MT.**

ABSTRAK

Wabah virus Covid-19 yang tak kunjung berhenti memiliki dampak besar terhadap berbagai sektor, khususnya pada sektor perekonomian masyarakat. Situasi seperti ini tentunya memberikan dampak kepada keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penerapan konsep digital marketing dengan cara mengamati hasil penjualan produk setelah dilakukan penerapan pada UMKM wingko Dellaffa Lamongan. Dalam penelitian ini kondisi awal UMKM Wingko Dellaffa mengalami penurunan pendapatan dikarenakan kondisi dari pandemi covid-19 yang berkepanjangan. Menurunnya pendapatan UMKM Wingko Dellaffa disebabkan oleh sistem pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha yaitu masih menggunakan sistem pemasaran secara konvensional atau langsung. Oleh karena itu didalam penelitian kali ini diterapkannya strategi pemasaran secara online yaitu menggunakan website sebagai media promosi serta membuat rancangan desain kemasan untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk yang dimiliki oleh UMKM Wingko Dellaffa. Rata-rata pendapatan UMKM Wingko Dellaffa sebelum diterapkannya website dan juga desain kemasan pada bulan Maret yaitu sekitar Rp 421.484,00. Setelah diterapkannya website rata-rata pendapatan UMKM Wingko Dellaffa mengalami peningkatan pada bulan April dan Mei sekitar Rp 598.200,00 hingga Rp 581.548,00. Rata-rata pendapatan UMKM Wingko Dellaffa mengalami peningkatan pada bulan Juni karena menerapkan website dan desain kemasan yaitu sekitar Rp 703.066,00. Pendapatan yang diperoleh UMKM Wingko Dellaffa masih belum memenuhi standar UKM Mikro yaitu sekitar Rp 830.000,00. Berdasarkan hasil diatas dapat diambil kesimpulan bahwasannya penerapan strategi pemasaran secara online menggunakan website sebagai media promosi dan desain kemasan dapat meningkatkan pendapatan dari UMKM Wingko Dellaffa.

Kata Kunci : Covid-19, digital marketing, website

Muhammad Alief Maulidi Wijaya NPM.18.03.3.1.1.00094. The application of digital marketing to Wingko Dellaffa's Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in Lamongan City. Under the Guidance of Mr. **Dr. Burhan, S.TP., MT.** and Mr. **Dr. Ir. Abdul Aziz Jakfar, MT.**

ABSTRACT

The ongoing outbreak of the Covid-19 virus has had a major impact on various sectors, especially the community's economic sector. This situation certainly has an impact on the existence of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The purpose of this study was to determine the effect of applying the concept of digital marketing by observing the results of product sales after application to Wingko Dellaffa Lamongan SMEs. In this study, the initial condition of the MSME Wingko Dellaffa experienced a decline in income due to the conditions of the prolonged covid-19 pandemic. The decline in the income of MSME Wingko Dellaffa was caused by the marketing system carried out by business owners, which was still using the conventional or direct marketing system. Therefore, in this study, an online marketing strategy was applied, namely using the website as a promotional medium and making packaging design designs to attract consumers' interest in buying products owned by Wingko Dellaffa MSMEs. The average income of MSME Wingko Dellaffa before the implementation of the website and packaging design in March was around Rp. 421,484.00. After the implementation of the website, the average income of MSME Wingko Dellaffa increased in April and May around Rp 598,200.00 to Rp 581,548.00. The average income of Wingko Dellaffa MSMEs increased in June due to implementing a website and packaging design, which was around Rp. 703,066.00. The income earned by MSME Wingko Dellaffa still does not meet the standards for Micro SMEs, which is around Rp. 830,000.00. Based on the results above, it can be concluded that the application of online marketing strategies using websites as promotional media and packaging design can increase the income of Wingko Dellaffa SMEs.

Keywords : Covid-19, digital marketing, website