

ABSTRAK

Laporan ini menggambarkan pengalaman magang di sebuah perusahaan penjualan yang fokus pada pemasaran produk UMKM, khususnya snack, yang dijual melalui jaringan supermarket. Sebagai bagian dari tim pemasaran, penulis bertanggung jawab untuk mengembangkan strategi pemasaran digital guna meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Laporan ini berjudul "Pengembangan Pemasaran Digital Melalui Campaign Media Marketplace Shopee," dan mencatat langkah-langkah yang diambil dalam menerapkan kampanye pemasaran melalui platform Shopee.

Dalam laporan ini, penulis menjelaskan latar belakang pemasaran digital dan urgensi integrasinya dalam pemasaran produk UMKM. Penulis melakukan analisis pasar untuk memahami persaingan dan audiens target, serta merancang rencana pemasaran yang mengutamakan platform Shopee sebagai media marketplace yang potensial. Langkah-langkah implementasi kampanye pemasaran di Shopee diuraikan dengan detail, termasuk jenis konten yang digunakan, frekuensi posting, dan strategi promosi yang diterapkan.

Melalui laporan ini, penulis mengidentifikasi sejumlah tantangan yang dihadapi selama implementasi kampanye, termasuk perubahan tren konsumen dan pembelajaran dalam memanfaatkan alat dan fitur yang disediakan oleh Shopee. Pengukuran kinerja kampanye menjadi bagian integral dari laporan ini, dengan penekanan pada metrik penjualan, interaksi pengguna, dan dampak kampanye terhadap peningkatan eksposur produk.

Hasil akhir laporan ini adalah rekomendasi berdasarkan pengalaman dan pembelajaran yang diperoleh selama magang. Rekomendasi ini mencakup peningkatan strategi konten, penggunaan promosi yang lebih terarah, dan eksplorasi lebih lanjut terhadap fitur-fitur pemasaran yang ditawarkan oleh Shopee. Kesimpulannya, pemasaran digital melalui platform marketplace seperti Shopee memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan produk UMKM, dengan asumsi pemahaman mendalam tentang pasar dan penyesuaian strategi yang tepat.

Kata Kunci : Promosi, Produk, dan Konsumen