

**KHANI FATUN NISFULLAILI, 22.230.0046**  
**PENGEMBANGAN STRATEGI BRANDING DAN PEMASARAN**  
**DIGITAL PADA USAHA CEMILCATER**, dibawah bimbingan Victorianus  
Aries Siswanto, M.Si. dan Nur Fadhilah, M.Hum.  
62 + xiii halaman / 13 gambar / 7 tabel / 1 lampiran / 19 pustaka

## **ABSTRAK**

*CemilCater merupakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di bidang kuliner yang berdiri pada tahun 2024 dengan fokus pada penyediaan produk snack box dan nasi kotak untuk berbagai kebutuhan acara. Permasalahan utama yang dihadapi usaha ini adalah keterbatasan jangkauan pemasaran, belum adanya identitas merek yang jelas, serta pengelolaan usaha yang masih sederhana. Oleh karena itu, tugas akhir jalur kewirausahaan ini bertujuan untuk menerapkan strategi branding dan pemasaran digital guna meningkatkan citra usaha, efektivitas promosi, dan pengelolaan usaha.*

*Metode yang digunakan meliputi pembuatan identitas merek berupa nama usaha dan logo, pemanfaatan Instagram dan WhatsApp Business sebagai media pemasaran digital, penerapan Business Model Canvas (BMC), analisis SWOT, serta pencatatan keuangan sederhana. Data diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan pelaksanaan langsung kegiatan usaha.*

*Hasil implementasi menunjukkan bahwa penerapan branding dan pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha CemilCater. Penggunaan media sosial membantu mempermudah promosi, komunikasi, dan proses pemesanan dengan konsumen. Selain itu, identitas visual usaha membantu meningkatkan daya tarik dan citra usaha di mata konsumen.*

*Dari sisi pengelolaan usaha, pencatatan keuangan sederhana membantu pelaku usaha dalam mengetahui biaya produksi, kondisi keuangan, serta keuntungan usaha. Secara keseluruhan, penerapan branding dan pemasaran digital mampu mendukung pengembangan usaha CemilCater serta meningkatkan daya saing UMKM kuliner.*

**Kata Kunci:** *UMKM, Branding, Pemasaran Digital, Business Model Canvas, SWOT, CemilCater.*

**KHANI FATUN NISFULLAILI, 22.230.0046**  
**PENGEMBANGAN STRATEGI BRANDING DAN PEMASARAN**  
**DIGITAL PADA USAHA CEMILCATER**, dibawah bimbingan Victorianus  
Aries Siswanto, M.Si. dan Nur Fadhilah, M.Hum.  
62 + xiii halaman / 13 gambar / 7 tabel / 1 lampiran / 19 pustaka

## **ABSTRACT**

*CemilCater is a culinary micro, small, and medium enterprise (MSME) established in 2024, focusing on providing snack boxes and boxed meals for various events. The main problems faced by the business were limited marketing reach, the absence of a clear brand identity, and simple business management. Therefore, this entrepreneurship final project aimed to implement branding and digital marketing strategies to improve business image, promotional effectiveness, and business management.*

*The methods used included creating a brand identity in the form of a business name and logo, utilizing Instagram and WhatsApp Business as digital marketing media, implementing the Business Model Canvas (BMC), conducting SWOT analysis, and applying simple financial recording. Data were obtained through observation, documentation, and direct implementation of business activities.*

*The implementation results showed that branding and digital marketing strategies had a positive impact on the development of CemilCater. The use of social media facilitated promotion, communication, and ordering processes with customers. In addition, the business visual identity helped improve the attractiveness and image of the business among consumers.*

*From the business management perspective, simple financial recording helped the business owner identify production costs, financial conditions, and business profits. Overall, the implementation of branding and digital marketing strategies supported the development of CemilCater and improved the competitiveness of culinary MSMEs.*

**Keywords:** *MSMEs, Branding, Digital Marketing, Business Model Canvas, SWOT, CemilCater.*