

ABSTRAK

Dzurratul. 2025. Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan

Kerupuk Afiza di Desa Kendit Situbondo (Studi Kasus Usaha UMKM Kerupuk Afiza di Desa Kendit Situbondo).SKRIPSI,Prodi Ekonomi,Fakultas Sosial dan Humaniora,Universitas Nurul Jadid. Pembimbing (I) Moh.Rasidi, MM. Pembimbing (II) Muh. Hamzah, MM.

Kata Kunci : Digital Marketing, Penjualan, Pemasaran,Media Sosial

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digital marketing yang diterapkan oleh usaha kerupuk Afiza di Desa Kendit, Situbondo, dalam upaya meningkatkan penjualan produk. Dalam era digital yang semakin berkembang, pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial menjadi kunci untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan wawancara kepada pemilik usaha, karyawan, dan reseller untuk mengidentifikasi strategi yang telah diterapkan serta tantangan yang dihadapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kerupuk Afiza telah menerapkan beberapa strategi digital marketing, termasuk pemasaran melalui media sosial seperti Facebook dan WhatsApp, penetapan harga yang kompetitif, serta pengembangan jaringan reseller. Selain itu, usaha ini juga menghadapi tantangan dalam pengelolaan media sosial dan lokasi usaha yang kurang strategis. Penelitian ini merekomendasikan agar pelaku usaha terus berinovasi dalam pemasaran digital dan meningkatkan kemampuan SDM untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan menerapkan strategi yang tepat, diharapkan penjualan kerupuk Afiza dapat meningkat secara signifikan, serta memperkuat posisi usaha di pasar lokal dan regional.