

## ABSTRAK

**Salsabilla Ihsana, 2023, Analisis Strategi Promosi melalui Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Magilang di Banjarbaru. Program Studi: SI Manajemen. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjary. Pembimbing I: Hj. Faridah Yulianti, ; Pembimbing II: H. Syahrani**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) kendala apa saja yang dihadapi oleh UMKM Magilang dalam melakukan strategi promosi melalui *digital marketing*, dan (2) solusi yang tepat terkait dengan strategi promosi melalui *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan pada produk UMKM Magilang.

UMKM Magilang memiliki 3 produk yang dipasarkan yaitu ada disektor makanan kue kacang & akar pinang sedangkan pada sektor usaha kreatif ada tas dan topi kerajinan sasirangan. UMKM Magilang menerapkan strategi promosi secara offline dan online / *digital marketing*. Namun pada kedua sistem tersebut masih belum seimbang pada sistem promosi offline dan online / *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan. Dimana pada sistem online / *digital marketing* masih kurang.

Rancangan penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan merupakan penelitian deskriptif. Dengan mendeskripsikan UMKM Magilang di Banjarbaru dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan 1) strategu promosi *digital marketing* yang digunakan UMKM Magilang sudah cukup lengkap *whats app, instagram, dan shopee*, (2) UMKM Magilang masih belum konsisten dalam menjalankan promosi *digital marketing*, (3) tidak konsistennya UMKM Magilang dalam promosi *digital marketing* mengakibatkan penjualan secara *online* cenderung lebih sedikit dibandingkan dengan penjualan secara *offline*, sebaiknya UMKM Magilang lebih konsisten dan lebih mememanajemen waktunya untuk melakukan promosi dalam melakukan promosi *digital marketing* agar dapat meningkatkan penjualan UMKM Magilang

**Kata Kunci : Strategi, Promosi, Digital Marketing, Penjualan, UMKM**

## **ABSTRACT**

**Salsabilla Ihsana, 2023, An Analysis of Promotional Strategies through Digital Marketing to Increase Sales at Small Medium Enterprise (SME) Magilang in Banjarbaru. Major: Management. Islamic University of Muhammad Arsyad Al-Banjary.. Advisor I: Hj. Faridah Yulianti, ; Supervisor II: H. Syahrani**

This study aims to find out: (1) what obstacles are faced by SME Magilang in carrying out promotional strategies through digital marketing, and (2) the right solutions related to promotion strategies through digital marketing to increase sales of UMKM Magilang products.

The design of this research is qualitative research and descriptive research. By describing SME Magilang in Banjarbaru and collecting the data using interviews, observations, and review literature.

The results showed 1) the digital marketing promotion strategy used by SME Magilang was quite complete using WhatsApp, Instagram, and Shopee, (2) SME Magilang was still not consistent in carrying out digital marketing promotions, (3) the inconsistency of SME Magilang in digital marketing promotions resulted in online sales tend to be less than offline sales, SME Magilang should be more consistent in managing more of their time carrying out promotions using the digital marketing promotions in order to increase sales of SME Magilang

**Keywords: Strategy, Promotion, Digital Marketing, Sales, Small Medium Enterprise (SME)**

