

ABSTRAK

Di daerah Desa Kubangdeleg Kabupaten Cirebon terdapat sebuah UMKM tahu sumedang dengan nama Tahu Tiga Putri, perusahaan ini didirikan oleh ibu Casmi pada tahun 2005 hingga saat ini memiliki tiga orang karyawan dan 16 mitra kerja, Sejak bulan Juli 2022 hingga Juni 2023 perusahaan Tahu Tiga Putri mengalami ketidakstabilan dalam penjualannya. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan perusahaan tahu Tiga Putri dengan menggunakan Teknik *Digital Marketing* yang dilihat dari aspek harga, produk, Promosi, dan tempat melalui media sosial *Facebook*, *Instagram*, dan *Whatsap Business*. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul secara dinamis dan subjektif dengan menggunakan Teknik Wawancara kepada pemilik perusahaan Tahu Tiga Putri dan 21 responden konsumen perusahaan Tahu Tiga Putri.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya respon positif antara pemilik dan harapan konsumen perusahaan Tahu Tiga Putri tentang rekomendasi metode penjualan dan promosi menggunakan media sosial *Facebook*, *Instagram*, dan *Whatsap Business* dalam upaya peningkatan penjualan produk perusahaan Tiga Putri.

Kata Kunci : UMKM, Digital Marketing, Media Sosial, Aspek 4P Bauran Pemasaran