

ABSTRAK

Penelitian ini fokus pada implementasi digital marketing untuk meningkatkan penjualan Ayam Goreng Mom Cawa, sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang berlokasi di Kota Bandung. Digital marketing dipandang sebagai strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Ayam Goreng Mom Cawa telah menerapkan beberapa strategi digital marketing, seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce, namun penjualan masih menunjukkan tren penurunan selama tiga tahun terakhir.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis SWOT digunakan untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM ini. Fokus dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi area yang memerlukan peningkatan dan mengembangkan strategi digital marketing yang lebih efisien.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Ayam Goreng Mom Cawa telah menerapkan digital marketing, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing menjadi salah satu faktor penyebab penurunan penjualan. Selain itu, terdapat tantangan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital. Penelitian ini merekomendasikan pelatihan dan pendidikan yang terfokus pada aspek-aspek digital marketing bagi pemilik UMKM untuk memanfaatkan sepenuhnya potensi teknologi digital guna meningkatkan penjualan dan menghadapi persaingan di pasar.

Kata Kunci: Digital Marketing, UMKM

ABSTRACT

This research focuses on the application of digital marketing to increase sales of Mom Cawa Fried Chicken, a micro, small and medium enterprise (MSME) located in Bandung City. Digital marketing is seen as an effective strategy to expand market reach and increase interaction with customers. Ayam Goreng Mom Cawa has implemented several digital marketing strategies, such as the use of social media and e-commerce platforms, but sales have still shown a downward trend over the last three years.

This research uses a qualitative approach with data collection methods through observation, interviews and documentation. SWOT analysis is used to understand the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by MSMEs. The focus of this analysis is to identify areas that need improvement and develop a more efficient digital marketing strategy.

The research results show that even though Mom Cawa's Fried Chicken has implemented digital marketing, the lack of knowledge and skills in digital marketing is one of the factors causing the decline in sales. Apart from that, there are challenges in optimizing digital marketing strategies. This research recommends training and education focused on digital marketing aspects for MSME owners to take full advantage of the potential of digital technology to increase sales and face competition in the market.

Keywords: Digital Marketing, MSME