

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran digital pada peningkatan penjualan Chokolajit Cililin. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah perubahan perilaku konsumen serta tantangan pemasaran yang dihadapi UMKM setelah pandemi COVID-19. Chokolajit Cililin sebagai UMKM lokal mengalami penurunan penjualan secara signifikan selama pandemi, yang mendorong peralihan strategi dari pemasaran konvensional ke digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran digital diterapkan oleh Chokolajit Cililin serta sejauh mana strategi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Chokolajit Cililin menerapkan berbagai strategi pemasaran digital, antara lain melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta platform e-commerce seperti Shopee dan TikTok Shop. Strategi tersebut didukung oleh pengelolaan konten, promosi digital, pemanfaatan fitur live streaming, dan kerja sama dengan influencer.

Disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan mampu meningkatkan penjualan secara signifikan. Pemasaran digital terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar, membangun brand awareness, dan memperkuat hubungan dengan konsumen, sehingga menjadi faktor kunci dalam pemulihan dan pertumbuhan penjualan produk Chokolajit Cililin.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Digital, Peningkatan Penjualan, Media Sosial, UMKM, Chokolajit Cililin.

ABSTRACT

This study analyzes the digital marketing strategy in increasing the sales of Chokolajit Cililin. The phenomenon underlying this research is the shift in consumer behavior and the marketing challenges faced by MSMEs after the COVID-19 pandemic. Chokolajit Cililin, as a local MSME, experienced a significant decline in sales during the pandemic, which encouraged a transition from conventional marketing to digital approaches.

The purpose of this research is to understand how Chokolajit Cililin applies digital marketing strategies and to what extent these strategies contribute to increasing product sales.

The results show that Chokolajit Cililin has implemented various digital marketing strategies through social media platforms such as Instagram and TikTok, as well as e-commerce platforms like Shopee and TikTok Shop. These strategies include content management, digital promotions, the use of live streaming features, and collaborations with influencers.

It is concluded that the strategies implemented have significantly increased sales. Digital marketing has proven to be effective in expanding market reach, building brand awareness, and strengthening consumer engagement, making it a key factor in the recovery and growth of Chokolajit Cililin's product sales.

Keywords: Digital Marketing Strategy, Sales Increase, Social Media, MSMEs, Chokolajit Cililin.