

## ABSTRAK

*Digital marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran dengan menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas fungsi pemasaran tradisional. *Digital marketing* dapat membantu pemasar menjalin hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan penjualan. Internet dan jejaring sosial saat ini dimanfaatkan dengan munculnya berbagai peluang bisnis, salah satu diantaranya yaitu internet sebagai *Advertising Tool* yang memiliki tujuan untuk mempromosikan dan menjual produk menggunakan iklan melalui internet dengan media sosial yang telah berkembang untuk melakukan kegiatan jual beli serta memberikan informasi suatu brand yang biasa disebut *E-Commerce*. Seperti UMKM Mie Nyaman yang mulai berjualan produk melalui *e-commerce* Instagram, Whatsapp, dan Shopee. UMKM Mie Nyaman menggunakan *e-commerce* Instagram, Whatsapp, dan Shopee untuk mempromosikan produk dan memudahkan konsumen untuk memilih produk-produk yang ditawarkan oleh UMKM Mie Nyaman agar konsumen merasa puas dengan UMKM Mie Nyaman. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana analisis strategi pasar sasaran dan *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Mie Nyaman melalui *e-commerce* di masa pasca pandemi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Mie Nyaman melibatkan peran digital mulai dari segmentasi, *targeting*, *positioning* pasar, serta *digital marketing* dalam hampir seluruh kegiatan pemasaran dan penjualan UMKM Mie Nyaman. UMKM Mie Nyaman memasarkan produknya secara online dengan melakukan optimalisasi *digital marketing tools* secara terintegrasi. Dalam penggunaan media digital sangat membantu UMKM Mie Nyaman untuk menjalankan fungsi pemasaran secara efisien dan efektif dalam meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci :** *Segmenting, Targeting, Positioning, Digital Marketing, E-Commerce*

## **ABSTRACT**

*Digital marketing is a marketing strategy using the internet and information technology to extend traditional marketing functions. Digital marketing can help marketers build relationships with customers to increase sales. The internet and social networks are currently widely used with the emergence of various business opportunities, one of which is the internet as an advertising tool that aims to promote and sell products by using advertisements via the internet with social media that is developing to carry out buying and selling activities and providing information on a brand which is commonly referred to as E-Commerce. For example, Mie Nyaman has started selling products through Instagram, Whatsapp and Shopee e-commerce. UMKM Mie Nyaman uses e-commerce Instagram, Whatsapp and Shopee to promote products and make it easier for consumers to choose products offered by UMKM Mie Nyaman so that consumers are satisfied with UMKM Mie Nyaman. The purpose of this study is to explain how to analyze digital marketing strategies in increasing sales at UMKM Mie Nyaman through e-commerce during the post-pandemic period. The research method used is a qualitative method using a descriptive approach. The results of this study indicate that UMKM Mie Nyaman involve digital roles starting from segmentation, targeting, market positioning, and digital marketing in almost all UMKM Mie Nyaman marketing and sales activities. UMKM Mie Nyaman markets its products online by optimizing digital marketing tools in an integrated manner. The use of digital media is very helpful for UMKM Mie Nyaman in carrying out marketing functions efficiently and effectively in increasing sales.*

**Keywords:** *Segmenting, Targeting, Positioning, Digital Marketing, E-commerce*