

ABSTRAK

PERAN SISTEM DIGITAL MARKETING DEMI
PENINGKATAN HASIL PENJUALAN
UMKM ELEGANCE SNACK

Henock Rivaldo Hawila
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Peran dari *digital marketing* terhadap peningkatan hasil penjualan UMKM *Elegance Snack*. 2) untuk memahami kendala dan manfaat penerapan *digital marketing* bagi UMKM *Elegance Snack*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan kualitatif menggunakan teknik wawancara dan observasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM jajanan pasar dengan jumlah sampel sebanyak 3 informan yaitu: 1) Pemilik UMKM *Elegance Snack*, 2) *Marketing* UMKM *Elegance Snack*, 3) Karyawan UMKM *Elegance Snack*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Milles and Huberman sebagai berikut: 1) Pengumpulan data. 2) Reduksi data 3) Penyajian data, dan 4) Penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini meunjukkan bahwa: 1) *Digital marketing* memiliki peran demi peningkatan hasil penjualan UMKM *Elegance Snack*, dari hasil penelitian ditemukan bahwa *digital marketing* memiliki peran signifikan dalam peningkatan hasil penjualan UMKM *Elegance Snack* hal itu dibuktikan dengan peningkatan penjualan rata-rata 64%. 2) Terdapat kendala dan manfaat. Kendala yang dihadapi UMKM *Elegance Snack* dalam menerapkan *digital marketing* berasal dari komponen pemasaran seperti *price, people, place and promotion*. Sedangkan manfaat penerapan *digital marketing* adalah dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan nama UMKM *Elegance Snack* semakin dikenal sehingga terjadi peningkatan hasil penjualan.

Kata kunci: *Digital Marketing*, Peningkatan Hasil Penjualan, UMKM

ABSTRACT

THE ROLE OF DIGITAL MARKETING SYSTEM FOR THE SAKE OF INCREASING SALES RESULTS UMKM ELEGANCE SNACK

Henock Rivaldo Hawila
Management Study Program, Faculty of Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2024

This study aims to find out: 1) The role of digital marketing in increasing the sales results of Elegance Snack MSMEs. 2) To understand the obstacles and benefits of implementing digital marketing for Elegance Snack MSMEs. The type of research used is qualitative descriptive with a qualitative approach using interview and observation techniques. The population in this study is market snack MSME actors with a sample of 3 informants, namely: 1) Owners of Elegance Snack MSMEs, 2) Marketing of Elegance Snack MSMEs, 3) Employees of Elegance Snack MSMEs. The sampling technique used is purposive sampling. The data analysis technique in this study uses the Milles and Huberman model as follows: 1) Data collection. 2) Data reduction, 3) Data presentation, and 4) Drawing conclusions. The results of this study show that: 1) Digital marketing has a role in increasing the sales results of Elegance Snack MSMEs, from the results of the study it was found that digital marketing has a significant role in increasing the sales results of Elegance Snack MSMEs, it is evidenced by an average sales increase of 64%. 2) There are obstacles and benefits. The obstacles faced by Elegance Snack MSMEs in implementing digital marketing come from marketing components such as price, people, place and promotion. Meanwhile, the benefit of implementing digital marketing is that it can reach a wider market and the name of Elegance Snack MSMEs is increasingly known so that there is an increase in sales results.

Keywords: Digital Marketing, Increasing Sales Results, MSMEs