

ABSTRAK

Muhammad Khoiril Umam (1820210137). Strategi Pengembangan *Digital Marketing* Pada UMKM Kuliner “Baginda Dimsum” Di Desa Pedawang Kabupaten Kudus.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui serta mendeskripsikan mengenai peran *digital marketing* dalam meningkatkan bisnis, faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan *digital marketing*, dan untuk mengetahui strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan *digital marketing* pada UMKM Baginda Dimsum.

Metode penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi langsung responden. Metode pengumpulan data yang digunakan didalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara secara mendalam, observasi, serta dokumentasi. Analisis data menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Penelitian ini dilakukan di UMKM Baginda Dimsum di desa Pedawang kabupaten Kudus.

Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Peran *digital marketing* dalam meningkatkan UMKM Baginda Dimsum melibatkan *social media* dan *social network* yang digunakan untuk melakukan promosi dan pemasaran, memberikan informasi dan sarana komunikasi. (2) Faktor pendukung Baginda Dimsum dalam pengembangan *digital marketing* adalah kemajuan teknologi yang memudahkan komunikasi dan jangkauan pasar yang lebih luas, semakin mudah dalam mendapatkan akses informasi usaha, sedangkan faktor penghambatnya adalah minimnya sumber daya manusia, dan minimnya pengetahuan masyarakat tentang pemanfaatan media *digital* dalam membeli suatu produk. (3) Strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan *digital marketing* adalah dengan melakukan promosi dan membuat konten yang lebih menarik, meminimalisir kendala yang ada seperti pengembangan sumber daya manusia seperti melakukan pelatihan desain grafis agar dapat melakukan promosi dan membuat konten yang lebih menarik.

Kata Kunci: strategi, pengembangan *digital marketing*, UMKM kuliner