

INTISARI

Penelitian ini mengeksplorasi efektivitas strategi pemasaran digital UMKM dengan fokus pada Instagram Ads, terutama dalam konteks UMKM Mendong. Dengan menggunakan metode SOSTAC, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi keberhasilan dan tantangan implementasi strategi iklan, khususnya dalam meningkatkan penjualan produk. Meskipun UMKM Mendong menghadapi keterbatasan sumber daya dan pemahaman digital, penelitian ini memberikan panduan langkah demi langkah bagi UMKM dalam perencanaan, implementasi, dan evaluasi kampanye iklan menggunakan Instagram Ads. Meski terbatas pada UMKM Mendong, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan praktis dan teoritis yang berharga bagi pelaku bisnis, pemangku kepentingan, dan peneliti lainnya dalam memanfaatkan potensi Instagram Ads sebagai alat pemasaran yang efektif untuk peningkatan penjualan dan keberlanjutan bisnis UMKM.

Kata kunci: Instagram Ads; UMKM Mendong; Strategi Pemasaran Digital; Efektivitas Penjualan

ABSTRACT

This research explores the effectiveness of MSME digital marketing strategies with a focus on Instagram Ads, especially in the context of Mendong MSMEs. Using the SOSTAC method, this research aims to identify the successes and challenges of ad strategy implementation, particularly in increasing product sales. Although Mendong MSMEs face limited resources and digital understanding, this research provides a step-by-step guide for MSMEs in planning, implementing, and evaluating advertising campaigns using Instagram Ads. Although limited to Mendong MSMEs, this research is expected to provide valuable practical and theoretical insights for other businesses, stakeholders, and researchers in harnessing the potential of Instagram Ads as an effective marketing tool for increased sales and business sustainability of MSMEs.

Keywords: Instagram Ads; Mendong MSMEs; Digital Marketing Strategy; Sales Effectiveness