

ALFRIZAL FALLEVI, 22.240.0100

PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PADA KIOS NISA BUAH SEGAR SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEWIRAUSAHAAN, dibawah Much. Rifqi Maulana, M.Kom dan Wachid Darmawan, M.Kom.

## **ABSTRAK**

*Usaha penjualan buah segar merupakan subsektor UMKM yang berperan penting dalam mendukung perekonomian lokal. Kios Nisa Buah Segar masih menghadapi keterbatasan dalam memperluas jangkauan pasar karena strategi promosi yang cenderung konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi promosi kreatif berbasis digital guna meningkatkan visibilitas usaha dan daya saing. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Strategi promosi dikembangkan melalui pemanfaatan media sosial Instagram, TikTok, dan WhatsApp, serta diimplementasikan dalam bentuk konten visual dan interaksi digital dengan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi promosi digital mampu meningkatkan visibilitas usaha dan keterlibatan konsumen, serta memberikan indikasi peningkatan minat beli. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar pelaku usaha mengelola promosi digital secara lebih konsisten dan terencana guna mendukung keberlanjutan pengembangan usaha dan perluasan jangkauan pasar.*

**Kata Kunci :** *strategi promosi, promosi digital, media sosial, buah segar.*

ALFRIZAL FALLEVI, 22.240.0100

PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PADA KIOS NISA BUAH SEGAR SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEWIRAUSAHAAN, dibawah Much. Rifqi Maulana, M.Kom dan Wachid Darmawan, M.Kom.

## **ABSTRACT**

*The fresh fruit trading business is a subsector of micro, small, and medium enterprises UMKM that plays an important role in supporting the local economy. Nisa Buah Segar Kiosk still faces limitations in expanding its market reach due to predominantly conventional promotional strategies. This study aims to develop creative digital-based promotional strategies to enhance business visibility and competitiveness. The research employs a descriptive qualitative method with a case study approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and subsequently analyzed using SWOT analysis. Promotional strategies were developed through the utilization of social media platforms, namely Instagram, TikTok, and WhatsApp, and implemented in the form of visual content and digital interactions with consumers. The results indicate that the implementation of digital promotional strategies is able to increase business visibility and consumer engagement, as well as provide indications of increased purchase intention. Based on these findings, it is recommended that business actors manage digital promotions in a more consistent and well-planned manner to support sustainable business development and market expansion.*

Keywords : *promotion strategy, digital promotion, social media, fresh fruit.*