

## ABSTRAK

**Ariyani, Yossy.** 2023. Analisis Strategi *Digital marketing* dalam Meningkatkan *Volume* Penjualan Tanaman Hias Aglaonema pada UKM di Kecamatan Batanghari. Program Studi Pendidikan Ekonomi. FKIP Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Tiara Anggia Dewi, M.Pd. (2) Fajri Arif Wibawa, M.Pd.

Ketidak setabilan penjualan dikarenakan penggunaan *digital marketing* tidak terlalu efektif dikarenakan intensitas waktu konsumen sangat terbatas untuk melihat pemasaran melalui media digital sehingga penjualan tidak menentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *digital marketing* pada penjualan tanaman hias aglaonema pada UKM di kecamatan Batanghari, untuk mengetahui efektifitas strategi *digital marketing* dalam meningkatkan *volume* penjualan tanaman hias aglaonema pada UKM di kecamatan Batanghari. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 18 narasumber dengan metode pengambilan sampel *quota sampling*. Pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data secara triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dari 18 narasumber menggunakan pemasaran digital sebagai media pemasaran tanaman hias aglaonema dan platform sosial media yang paling banyak diminati oleh konsumen yaitu Facebook dan tiktok namun pemanfaatan kombinasi tiktok dan facebook dalam memasarkan tanaman hias aglaonema ini membuat hasil penjualan lebih maksimal. Dengan menggunakan media pemasaran digital proses pemasaran menjadi lebih efektif sehingga volume penjualan tanaman hias mengalami peningkatan.

**Kata Kunci:** UKM, Strategi Pemasaran *Digital marketing*, Volume Penjualan

## **ABSTRACT**

*Ariyani, Yossy. 2023. Analysis of Digital Marketing Strategy in Increasing Sales Volume of Aglaonema Ornamental Plants to Small and Medium Enterprises (UKM) in Batanghari District. Economic Education Study Program. FKIP Muhammadiyah Metro University. Supervisor (1) Tiara Anggia Dewi, M.Pd. (2) Fajri Arif Wibawa, M.Pd.*

*Sales instability is caused by the use of digital marketing not being very effective because consumers have very limited time to view marketing via digital media so that sales are not expected. This research aims to determine the application of digital marketing in the sale of aglaonema ornamental plants to small and medium enterprises (SMEs) in Batanghari subdistrict, to determine the effectiveness of digital marketing strategies in increasing the sales volume of aglaonema ornamental plants to small and medium enterprises (SMEs) in Batanghari subdistrict. This research is a qualitative research. The sample for this research consisted of 18 informants with a quota sampling method as the source. Data was collected using observation, interviews and documentation, while the data analysis technique was triangulation. Based on the results of research conducted from 18 sources, digital marketing was used as a marketing medium for aglaonema ornamental plants and the social media platforms most popular with consumers were Facebook and TikTok, but the use of a combination of TikTok and Facebook in marketing aglaonema ornamental plants resulted in maximum sales results. By using digital marketing media, the marketing process becomes more effective so that the sales volume of ornamental plants increases.*

*Keywords: Small And Medium Businesses, Marketing Strategy, Digital Marketing, Sales Volume*