

ABSTRAK

Di era *society 5.0*, teknologi komputer dan internet sudah menjadi kebutuhan yang harus terpenuhi terutama di Indonesia. Sehingga mayoritas pengusaha di Indonesia sudah bertransformasi ke *digital marketing*, karena *digital marketing* merupakan salah satu cara pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada era *society 5.0* ini. Namun, tidak semua orang paham bagaimana cara mengoptimalkan strategi *digital marketing*, tidak sedikit pengusaha yang gagal dalam menerapkan *digital marketing*. Oleh karena itu penulis mengangkat topik optimalisasi *digital marketing* dalam tesis yang berjudul “Analisis optimalisasi *digital marketing* UMKM di kota Bandung pada era *Society 5.0*”. Tesis ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mengoptimisasikan *digital marketing* terhadap perkembangan bisnis UMKM bidang kuliner di kota Bandung, seperti Cemilan Bang Otot, pada era *Society 5.0*. Metode penelitian yang akan digunakan dalam pembuatan tesis adalah metode analisis kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Harapan penulis mengambil topik ini adalah dapat meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya para pengelola UMKM akan pentingnya *digital marketing*, serta membantu UMKM agar mengetahui bagaimana mengoptimisasikan *digital marketing* untuk mendapatkan hasil yang memuaskan dalam memasarkan produk yang mereka jual serta memberikan contoh representasi produk yang menarik secara visual.

Kata Kunci: *Society 5.0*, *Digital marketing*, UMKM,