

## ABSTRAK

Chili Mexican Food merupakan sebuah UMKM yang berada di Kota Bandung yang bergerak di industri *Food and Beverage*. Menjual berbagai makanan dan minuman dengan mempunyai tema Meksiko sebagai ciri khas dari UMKM tersebut. Pada Strategi bisnis yang diaplikasikan oleh UMKM Chili Mexican Food menggunakan media sosial sebagai tempat untuk melakukan promosi produk melalui Instagram. melalui Instagram memudahkan konsumen melakukan interaksi dan mengetahui edukasi produk dari Chili Mexican Food. Dengan adanya Instagram Chili Mexican Food perlu adanya pembuatan konten marketing untuk melakukan promosi produknya, sehingga diharapkan penjualan meningkat dan juga memperluas branding dan dapat tertanam dibenak konsumen mengenai produk Chili Mexican Food.

Metode dari penelitian ini untuk mengetahui perancangan strategi promosi dengan metode AISAS. Penelitian ini bersifat kualitatif studi deskriptif yang menggambarkan dan memaparkan situasi dan kondisi yang sebenarnya biasanya bersifat naratif (banyak kata-kata) dan alamiah (natural). Data dikumpulkan melalui metode observasi pada media sosial Instagram produk serupa, wawancara, dan studi pustaka terhadap dokumentasi data internal perusahaan.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah memaparkan tahapan mulai dari perancangan strategi promosi yang telah dibuat. Dilihat dari Instagram insight bahwa strategi promosi melalui Instagram sangat bermanfaat dan berguna bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari peningkatan *engagement*, *reach* dan *followers*.

Kata kunci: Media Sosial, Promosi, Strategi Promosi, Instagram