

ABSTRAK

Untuk mempertahankan persaingan yang ketat, produk olahan pangan harus diinovasikan dan variasi menu harus dibuat. Roti (*bakery*) adalah salah satu tren olahan pangan yang terus berkembang dari tahun ke tahun. Pemilik UMKM ingin memasuki pasar yang lebih luas lagi, terutama melalui platform digital. Rumah Donat telah menetapkan target pasar lokal dengan berbagai bentuk dan topping donat manisnya yang unik, memanjakan pecinta donat. Rumah Donat harus mengoptimalkan promosi untuk mengimbangi persaingan yang semakin ketat. Strategi promosi yang tepat dapat menarik perhatian pelanggan. Untuk perancangan ini, metode pengumpulan data kualitatif digunakan, yang mencakup wawancara, kuesioner, observasi, dan penelitian literatur. Teori analisis data yang digunakan adalah AIO, AISAS, dan SWOT, antara lain. Penulis memilih untuk menggunakan sosial media sebagai sarana bercengkrama dan mempromosikan secara langsung saat membuat strategi promosi ini. Mereka juga memilih untuk menggunakan sosial media dalam kaitannya dengan target audiens dan booth acara. Para pelaku usaha lainnya diharapkan untuk terus mengembangkan produk mereka dan melakukan promosi kepada target audiens mereka dengan menggunakan media dan teknologi informasi yang semakin canggih.

Kata kunci : Rumah Donat, Strategi promosi, Media promosi