

## ABSTRAK

Era digital telah mengubah lanskap pemasaran secara dramatis, menciptakan paradigma baru dalam cara bisnis berinteraksi dengan konsumen. Transformasi ini telah membuka peluang sekaligus tantangan yang signifikan, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengadaptasi strategi pemasaran mereka. Penelitian ini berfokus pada penerapan sosial media marketing melalui Instagram untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Melati Bahari. UMKM ini bergerak di bidang kuliner dengan produk utama berupa makanan ringan olahan ikan teri. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif dan deskriptif digunakan untuk menggali dan menguraikan data yang diperoleh dari lapangan. Melalui wawancara dan observasi, penelitian ini mengidentifikasi strategi dan praktik terbaik yang digunakan oleh UMKM Melati Bahari dalam mengelola akun Instagram mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai platform pemasaran telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan interaksi dengan pelanggan dan pertumbuhan jumlah pengikut. Namun, tantangan dalam meningkatkan tingkat keterlibatan dan konversi penjualan masih ada. Untuk itu, direkomendasikan adanya optimalisasi konten dan kolaborasi dengan influencer lokal untuk memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur mengenai pemasaran digital di UMKM serta menjadi acuan bagi UMKM lain dalam memanfaatkan media sosial untuk pengembangan usaha.

**Kata kunci :** Pemasaran Digital, Pemasaran Media Sosial, Instagram, UMKM, Pertumbuhan Penjualan.