

ABSTRAK

Dalam era digital saat ini, *digital marketing* menjadi kunci dalam membantu UMKM untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Proyek ini berfokus pada pemanfaatan layanan dan produk KorTAIL dalam mendukung UMKM melalui strategi digital dan *offline* yang efektif. KorTAIL adalah *startup* dari Universitas Telkom yang menyediakan berbagai solusi, seperti PojokUMKM, Mikro Retail, Jadinge.Top, dan Ngolab App, untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk UMKM. Metodologi yang digunakan dalam proyek ini mencakup observasi langsung terhadap kegiatan operasional KorTAIL, serta analisis data penjualan, dan interaksi pelanggan yang dihasilkan dari aktivitas pemasaran digital dan *offline*. Data ini diolah untuk memahami pola dan tren yang muncul, serta untuk mengukur efektivitas dari strategi pemasaran yang diterapkan. Hasil dari proyek ini menunjukkan bahwa penggunaan strategi pemasaran yang terintegrasi, seperti media sosial, konten visual, serta etalase fisik, dan digital, mampu meningkatkan keterlibatan pelanggan dan penjualan secara signifikan. Temuan ini memberikan bukti bahwa kombinasi antara pemasaran digital dan *offline* dapat menjadi alat yang kuat bagi UMKM untuk bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, proyek ini tidak hanya memberikan kontribusi pada literatur *digital marketing* dan strategi pemasaran UMKM, tetapi juga menyediakan panduan praktis bagi UMKM dalam mengoptimalkan penjualan mereka melalui solusi yang ditawarkan oleh KorTAIL. Proyek ini juga menekankan pentingnya kolaborasi antara institusi pendidikan tinggi dan UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata Kunci: Digital Marketing, UMKM, Media Sosial.