

# **STRATEGI PEMASARAN BISNIS MENGGUNAKAN INFLUENCER PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UMKM SWEETDRIPS.ID (DITINJAU DARI TEORI AISAS)**

Nama : Mochamad Ilham Syarifudin  
NIM : 1011810056  
Dosen Pembimbing : Marisyah Mahdia Khoirina, S.M., M.M.

## **ABSTRAK**

Strategi Pemasaran Bisnis Menggunakan Media Sosial Instagram melalui bantuan seorang *Influencer* dalam menyelesaikan permasalahan pada UMKM sweetdrrips.id merupakan topik dalam penelitian ini yang dimana penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Jumlah informan pada penelitian ini berjumlah 5 orang (1 owner, 1 *influencer* dan 3 konsumen). Sampel yang digunakan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara interview (wawancara). Penelitian ini menerapkan kemajuan zaman yang mengedepankan teknologi yang menggeser dari sistem pemasaran konvensional menjadi pemasaran digital yang menggunakan berbagai platform, salah satu platform yang sering digunakan yaitu media sosial instagram dengan bantuan seorang *Influencer* media sosial instagram. Pada era digital marketing saat ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran digital membawa banyak dampak positif bagi pelaku usaha seperti konsumen saat ini lebih condong menggunakan media sosial, pelaku usaha dapat menekan biaya pemasaran dan dapat berdampak positif pada kemajuan usaha.

**Kata kunci: Media Sosial, Instagram Marketing, *Influencer*, Teori AISAS**

**BUSINESS MARKETING STRATEGY USING *INFLUENCER*  
ON INSTAGRAM UMKM SWEETDRIPS.ID  
(VIEWED FROM AISAS THEORY)**

*Student Name* : Mochamad Ilham Syarifudin  
*Student Identity Number* : 1011810056  
*Guidance lecturer* : Marisyah Mahdia Khoirina, S.M., M.M.

**ABSTRACT**

*Business Marketing Strategy Using Instagram Social Media through the help of an Influencer in solving problems in MSMEs sweetdrrips.id is the topic of this research, where this research uses a qualitative descriptive type of research. The number of informants in this study amounted to 5 people (1 owner, 1 influencer and 3 consumers). The sample used using purposive sampling technique. The data collection technique used is by way of interviews (interviews). This research applies the advancement of the times that puts forward technology that shifts from conventional marketing systems to digital marketing that uses various platforms, one of the platforms that is often used is Instagram social media with the help of an Instagram social media influencer. In the current era of digital marketing, it can be concluded that digital marketing strategies bring many positive impacts for business actors such as consumers today are more inclined to use social media, business actors can reduce marketing costs and can have a positive impact on business progress.*

***Keywords: Social Media, Marketing Instagram, Influencer, AISAS Theory***