

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha pada UMKM Panca Konveksi Palembang melalui perancangan pemasaran *digital* sebagai upaya meningkatkan daya saing di era transformasi *digital*. Pendekatan yang digunakan adalah *mixed methods* (kualitatif dan kuantitatif) dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi. Analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan SWOT dan BMC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Panca Konveksi memiliki kekuatan pada kualitas produk, pelayanan, dan pengalaman usaha, namun masih menghadapi tantangan dalam hal digitalisasi pemasaran. Rancangan strategi *digital* yang diusulkan meliputi optimalisasi media sosial Instagram, pembuatan konten kreatif seperti *feed*, *story*, *reels*, dan penggunaan *taplink*, serta pendaftaran toko resmi di *marketplace* shopee. Implementasi strategi ini diharapkan dapat memperkuat branding, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan penjualan secara berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dan akademisi dalam mengembangkan strategi bisnis berbasis *digital marketing* secara efektif.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran *Digital*, SWOT, BMC.

ABSTRACT

This study aims to analyze the business development strategy of the Panca Konveksi Palembang MSME through the implementation of digital marketing to enhance competitiveness in the digital transformation era. A mixed-methods approach (qualitative and quantitative) was employed, using data collection techniques such as observation, interviews, literature review, and documentation. The analysis was conducted using SWOT and BMC approaches. The results show that Panca Konveksi has strengths in product quality, service, and business experience but still faces challenges in digital marketing implementation. The proposed digital strategy includes the optimization of Instagram, the creation of creative content such as feed, story reels, and the use of Taplink, and the registration of an official store on the Shopee marketplace. The implementation of this strategy is expected to enhance branding, expand market reach, and sustainably increase sales. This research provides practical contributions for MSME actors and academics in developing effective digital marketing-based business strategies.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, SWOT, BMC.