

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran digital melalui media sosial yang dapat meningkatkan daya saing usaha Wulan Kokula Lhokseumawe. Maraknya pengunjung pada toko Wulan Kokula menunjukkan kepercayaan pelanggan dibanding dengan toko pesaing di lokasi yang sama, dengan adanya notifikasi sosial media Wulan Kokula mereka langsung terkonfirmasi bahwa toko sudah tersedia barang baru. Persaingan bisnis yang semakin meningkat, pemilik bisnis harus senantiasa menyusun strategi agar bisnisnya dapat bertahan dan terus berkembang dalam situasi seperti ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, metode pengumpulan data menggunakan observasi non partisipatif, wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan, yaitu strategi pemasaran digital wulan kokula menentukan media sosial atau platform digital yang paling tepat untuk digunakan dalam pemasaran yaitu Instagram dan TikTok adalah pilihan utama. Strategi pemasaran digital terbukti memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempertahankan daya saing Wulan Kokula di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok, Wulan Kokula mampu menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa perlu membuka cabang fisik di berbagai lokasi. Pemanfaatan konten digital yang menarik dan relevan dengan tren masa kini memungkinkan usaha ini untuk tetap eksis dan mendapatkan perhatian dari target pasar. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu Strategi pemasaran digital yang digunakan oleh Wulan Kokula Lhokseumawe berhasil memberikan dampak yang baik dalam meningkatkan daya saing usaha. Penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook secara aktif dan terorganisasi membantu usaha ini mencapai pasar yang lebih luas, membangun komunikasi yang lebih baik dengan pelanggan, serta memperkuat citra merek di tengah persaingan yang ketat.

**Kata kata: Strategi Pemasaran, Pemasaran Digital, Daya Saing, Media Sosial**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the digital marketing strategy through social media that can increase the competitiveness of Wulan Kokula Lhokseumawe's business. The increasing number of visitors to Wulan Kokula's shop shows customer trust compared to competing shops in the same location, with Wulan Kokula's social media notifications they are immediately confirmed that the shop has new items available. Business competition is increasing, business owners must always develop strategies so that their business can survive and continue to grow in situations like this. This study uses a descriptive qualitative approach, data collection methods using non-participatory observation, interviews, documentation. Data analysis techniques used are data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study can be concluded, namely Wulan Kokula's digital marketing strategy determines the most appropriate social media or digital platform to be used in marketing, namely Instagram and TikTok are the main choices. Digital marketing strategies have been proven to provide a significant contribution in maintaining Wulan Kokula's competitiveness amidst increasingly competitive business competition. By utilizing social media such as Instagram and TikTok, Wulan Kokula is able to reach consumers more widely without the need to open physical branches in various locations. The use of engaging and relevant digital content, in line with current trends, allows this business to remain viable and attract the attention of its target market. The conclusion of this study is that the digital marketing strategy employed by Wulan Kokula Lhokseumawe has been effective in increasing its competitiveness. The active and organized use of social media platforms such as Instagram, TikTok, and Facebook helps this business reach a wider market, build better communication with customers, and strengthen its brand image amidst intense competition.*

**Keywords: Marketing Strategy, Digital Marketing, Competitiveness, Social Media**