

## ABSTRAK

Di era digital, penggunaan internet sebagai media promosi dan bisnis semakin meningkat. Melalui internet pelaku bisnis lebih mudah dalam memasarkan baik produk maupun jasa serta kegiatan lainnya yang mendukung aktivitas bisnis. Salah satu brand yang bernama Klettern telah menawarkan produk melalui media promosi online seperti facebook dan instagram. Brand tersebut memiliki rencana untuk memperluas pasar secara nasional hingga internasional. Namun, pemasaran yang dilakukan melalui media tersebut tidak mampu menarik konsumen secara luas atau global, karena tidak semua komunitas atau target pasar menggunakan media sosial tersebut. Sehingga untuk memperluas pasar di butuhkan adanya media promosi pendukung lainnya. Di perlukan adanya strategi agar produk yang ditawarkan sesuai dengan karakter konsumen atau target pasar yang di inginkan, salah satunya menggunakan teknik inbound marketing. Inbound marketing merupakan cara memperoleh konsumen potensial dengan merancang konten khusus dan berkualitas. Metode-metode yang digunakan di dalam inbound marketing yaitu dengan *content marketing (blogs, ebook, infographics)* dan *social media participation* seperti facebook, instagram, youtube, SEO (*search engine optimization*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan studi literatur, observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Penelitian ini diharapkan dapat membantu produk Klettern dalam memasarkan dan mempromosikan produk. Sehingga, brand lokal seperti Klettern ini mampu memperluas pasar.

Kata kunci : *Promosi, inbound marketing, internet, klettern.*