

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis strategi pemasaran Chilaz Craft, sebuah usaha daur ulang di Kota Bandung, dengan fokus pada penerapan pendekatan pemasaran digital dalam upaya meningkatkan keberlanjutan bisnis dan mencapai target pasar yang lebih luas. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan observasi dan wawancara sebagai alat pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat ini Chilaz Craft masih menerapkan strategi pemasaran tradisional, seperti pameran produk lokal dan penjualan langsung. Namun, pendekatan tersebut belum memberikan perkembangan yang diharapkan bagi bisnis mereka. Sebagai respons terhadap tantangan ini, Chilaz Craft memutuskan untuk mengadopsi pendekatan pemasaran digital dalam strategi pemasaran mereka. Penerapan pendekatan pemasaran digital telah memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan bisnis Chilaz Craft dan mencapai target pasar yang lebih luas. Mereka berhasil memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan produk, meningkatkan visibilitas merek, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Melalui pendekatan ini, Chilaz Craft juga dapat menerima umpan balik yang berharga dan meningkatkan pengalaman pembelian pelanggan. Kesimpulannya, pendekatan pemasaran digital dalam strategi pemasaran telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan keberlanjutan bisnis Chilaz Craft dan mencapai target pasar yang lebih luas. Dalam era teknologi dan tren yang terus berkembang, penggunaan media sosial dan platform *e-commerce* memberikan peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan dan meraih pertumbuhan yang lebih baik. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi UMKM lainnya yang sedang mencari cara untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka dan berkontribusi pada pertumbuhan UMKM secara keseluruhan.

**Kata kunci:** strategi pemasaran, pemasaran digital, UMKM, keberlanjutan bisnis, target pasar.