

LAPORAN PUBLIKASI ILMIAH

Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Di Angkringan Rantau Prapat

Diajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar
kesarjanaan/diploma pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



MUHAMMAD NORIS RIZKY RAMADHAN
2201100101

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
2026**

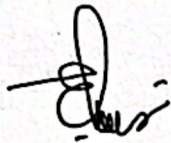
LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

NAMA : MUHAMMAD NORIS RIZKY RAMADHAN
NPM : 2201100101
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL ARTIKEL : STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKAT
KAN DAYA TARIK KONSUMEN DI ANGKRINGAN
RANTAUPRAPAT

RANTAUPRAPAT, 10 AGUSTUS 2026

DISETUJUI :

PEMBIMBING UTAMA,



ELVINA, S. Pd., M. Si
NUPTK. 0340759660300023

PEMBIMBING PENDAMPING,



MUHAMMAD YASIR ARAFAT, SE., M. Sc
NUPTK. 5952773674130280

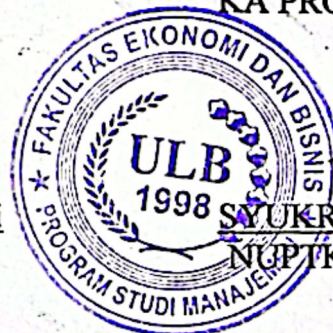
MENGETAHUI :

DEKAN,




DR. ZUEKARNAIN NASUTION, S.E., M. Si
NUPTK. 1148752653130123

KA PRODI MANAJEMEN,




SYUKRON ARJUNA, SE., M. Si
NUPTK. 4253773674130203

LEMBAR PERNYATAAN

NAMA MAHASISWA : MUHAMMAD NORIS RIZKY RAMADHAN
NPM : 2201100101
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL ARTIKEL : STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN DI
ANGKRINGAN RANTAU PRAPAT

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Artikel ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan artikel ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian artikel ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 24 September 2026
Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Noris Rizky Ramadhan
2201100101

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan banyak kesehatan dan kesempatan sehingga dapat menyelesaikan karya ilmiah yang menjadi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu. Karya ilmiah yang berjudul " Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Di Angkringan Rantau Prapat " ini disusun dengan penuh usaha hingga terpublikasi pada Bata Ilyas Educational Management Review yang terindeks SINTA 5. Penyusunan hingga terpublikasinya karya ilmiah ini kedalam Jurnal tidak terlepas atas bantuan dan dukungan banyak pihak. Ucapan terimakasih sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada

1. Rektor Universitas Labuhanbatu Bapak Assoc. Prof. Ade Parlaungan Nasution, Ph.D
2. Dekan FEB Bapak Dr. Zulkarnain Nasution S.E, M.Si
3. Kaprodi Manajemen Bapak Syukron Arjuna, S.E, M.Si
4. Dosen Pembimbing 1 Ibu Elvina, S.Pd., M.Si
5. Dosen Pembimbing 2 Bapak Muhammad Yasir Arafat, S.E, M.Sc
6. Kepada Orang tua yang telah mendukung saya
7. Teman teman yang telah menemani kegelisahan saya

Karya ilmiah yang terpublikasi ini tentunya masih memerlukan adanya masukan dan saran sehingga kedepan karya ilmiah ini dapat dijadikan rujukan pada karya-karya ilmiah yang akan datang.

Rantauprapat, 26 Agust 2026



Muhammad Noris Rizky Ramadhan
2201100101

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong UMKM memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Namun, tingkat pemanfaatan digital marketing pada UMKM angkringan di Rantauprapat masih bervariasi sehingga efektivitas penerapannya perlu dikaji. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi digital marketing pada UMKM angkringan di Rantauprapat dalam meningkatkan daya tarik konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi terhadap pemilik UMKM serta konsumen di Angkringan Cribz, Angkringan Sanjaya, dan Angkringan Senja. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan teknik triangulasi untuk menjamin keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh UMKM telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen melalui Instagram, TikTok, dan Facebook, meskipun tingkat pemanfaatannya berbeda pada setiap usaha. Perbedaan tersebut terlihat pada konsistensi pembaruan konten, variasi platform yang digunakan, dan intensitas interaksi dengan konsumen. Penerapan digital marketing mampu memperluas jangkauan promosi, meningkatkan penyebaran informasi, dan menarik konsumen baru. Namun, efektivitasnya dipengaruhi oleh konsistensi pengelolaan media sosial, keterbatasan sumber daya, serta dukungan promosi dari word of mouth. Temuan penelitian menunjukkan bahwa integrasi antara digital marketing dan word of mouth merupakan strate

ABSTRACT

The development of digital technology encourages UMKM to utilize social media as a marketing strategy to increase consumer appeal. However, the level of utilization of digital marketing in UMKM angkringan in Rantauprapat still varies so the effectiveness of its implementation needs to be studied. This study aims to analyze the implementation of digital marketing strategies in UMKM angkringan in Rantauprapat in increasing consumer appeal. The study used a qualitative approach with descriptive methods. Data were obtained through observation, semi-structured interviews, and documentation of UMKM owners and consumers at Angkringan Cribz, Angkringan Sanjaya, and Angkringan Senja. Data analysis was carried out through data reduction, data presentation, and drawing conclusions with triangulation techniques to ensure data validity. The results show that all UMKM have utilized social media as a means of promotion and communication with consumers through Instagram, TikTok, and Facebook, although the level of utilization varies by business. These differences are seen in the consistency of content updates, the variety of platforms used, and the intensity of interaction with consumers. The implementation of digital marketing can expand the reach of promotions, increase information dissemination, and attract new consumers. However, its effectiveness is influenced by consistent social media management, limited resources, and promotional support from word of mouth. Research findings indicate that integrating digital marketing and word of mouth is an effective strategy for increasing consumer appeal to angkringan UMKM.

BUKTI PRINT OUT JURNAL

Bata Ilyas Educational Management Review [Current](#) [Archives](#) [Announcements](#) [About](#) [SEARCH](#)

Home / Archives / Vol. 9 No. 2 (2023): July-December / Articles

Section Articles

[Check for updates](#)

Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Di Angkringan Rantau Prapat

<https://doi.org/10.37531/biemr.v9i2.4109>

Muhammad Noris Rizky Ramadhan
muhammadnoris25@gmail.com (Primary Contact)
Manajemen, Universitas Labuhanbatu

Elvina
Manajemen, Universitas Labuhanbatu

Download

[PDF](#)

Statistic

Read Counter : 0 Download : 0

Abstract

Perkembangan teknologi digital mendorong UMKM memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Namun, tingkat pemanfaatan *digital marketing* pada UMKM angkringan di Rantau Prapat masih bervariasi sehingga efektivitas penerapannya perlu dikaji. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi *digital marketing* pada UMKM angkringan di Rantau Prapat dalam meningkatkan daya tarik konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi terhadap pemilik UMKM serta konsumen di Angkringan Cribz, Angkringan Sanjaya, dan Angkringan Senja. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan teknik triangulasi untuk

BUKTI LOA



**Bata Ilyas Educational
Management Review**
e-ISSN: 2828-2256



Letter of Acceptance

ID Artikel: 4109

Dengan hormat,

Berdasarkan hasil proses review, evaluasi substansi, dan keputusan dewan editor, dengan ini kami menyatakan bahwa artikel ilmiah berikut:

**Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Di
Angkringan Rantau Prapat**

Muhammad Noris Rizky Ramadhan¹ , Elvina²,
^{1,2} Manajemen, Universitas Labuhanbatu

Email Correspondence:
: muhammadnoris25@gmail.com

telah Diterima (ACCEPTED) dan dinyatakan Layak Untuk Dipublikasikan pada jurnal
Bata Ilyas Educational Management Review, serta akan dimuat pada:
Volume 6, Issue 2, Tahun 2026, July - Desember
<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/biemr/index>

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas kepercayaan penulis kepada jurnal kami, kami
ucapkan terima kasih.

Makassar, 31 Juli 2026
Managing Editor



Dr. Amar Sanj, S.I.P., M.Hum



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS LABUHANBATU

PROGRAM STUDI :
MANAJEMEN - AKUNTANSI

Jln. SM. Raja No. 126 Km. 3.5 Aek Tapa - Rantauprapat - Sumatera Utara - K.Pos 21415
Telepon / Fax (0624) 21901

FORMULIR KENDALI KEUANGAN MAHASISWA TUGAS AKHIR MAHASISWA T.A 2025/2026

Nama	:	Rahmammad NORG FIZKI Ramadhan
N.P.M	:	220100101
Program Studi	:	Manajemen / Akuntansi

A. PEMBAYARAN UANG PENDUKUNG

UANG PERLENGKAPAN	UANG PEMBANGUNAN	UANG MSIB	UANG KKN
Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :

B. PEMBAYARAN UANG KULIAH

SEMESTER I	SEMESTER II	SEMESTER III	SEMESTER IV
Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :
SEMESTER V	SEMESTER VI	SEMESTER VII	SEMESTER VIII
Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :
SEMESTER IX	SEMESTER X	SEMESTER XI	SEMESTER XII
Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :

C. PEMBAYARAN UANG TUGAS AKHIR / KOMPREHENSIF

UANG BIMBINGAN	UANG SEMINAR	UANG MEJA HIJAU/KOMPREHENSIF	UANG SESPEND
Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :	Telah diperiksa oleh :

Rantauprapat,
Diketahui Oleh :
Kabag. Keuangan ULB

2026

Nurul Huda, S.Kom