

Yanuar Melino. NPM. 18.03.3.1.1.00018. Peningkatan Omset Penjualan Home Industry Egg Roll Waluh Ngudi Roso melalui Media Sosial Instagram. Di bawah bimbingan Bapak **Dr. Burhan, S.TP., M.T.**, dan Ibu **Rakhmawati, S.TP. M.T.**

ABSTRAK

Egg roll waluh merupakan makanan ringan yang dikenal masyarakat sebagai produk oleh-oleh khas daerah Kabupaten Blora. Makanan ini banyak diproduksi di Desa Ngroto, Kecamatan Cepu, Kabupaten Blora. Ciri khas dari egg roll waluh ini adalah rasanya manis dan gurih, teksturnya rapuh. Egg roll Ngudi Roso yang dikelola oleh Ibu Erna memperoleh omset lebih dari 40 juta rupiah per bulan dengan rincian 35% penjualan langsung di toko, 35% penjualan melalui mitra dan 30% penjualan melalui media sosial yaitu sekitar Rp 12.000.000 per bulan. Penjualan online di media sosial Instagram egg roll Ngudi Roso belum optimal dikarenakan belum adanya sistem admin akun Instagram yang jarang dikelola. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penerapan konsep perbaikan strategi pemasaran melalui Instagram dengan cara mengamati hasil penjualan produk setelah dilakukan penerapan pada *Home industry egg roll* Ngudi Roso untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk. Pemanfaatan pemasaran online pada instagram egg roll Ngudi Roso memberikan pengaruh yang cukup besar yaitu dibuktikan dengan adanya pola tren yang condong mengarah keatas dan meningkat dari waktu ke waktu (uptrend) dengan rata-rata pendapatan harian selama 3 bulan terakhir yaitu memperoleh hasil sebanyak Rp. 707.952,69. Hal ini sudah jauh lebih baik jika dibandingkan rata-rata pendapatan harian bulan Juli yaitu sebanyak Rp. 605.419,35. Namun, secara keseluruhan belum mencapai standar pendapatan usaha mikro menurut UU No. 20 tahun 2008 yaitu Rp. 830.000,00 per hari.

Kata Kunci : *Egg roll, Pemasaran online, Instagram*

ABSTRACT

Egg roll made from pumpkin is a popular snack known to the community as a local specialty from the Blora Regency area. This food is extensively produced in Ngroto Village, Cepu District, Blora Regency. The distinctive feature of this pumpkin egg roll is its sweet and savory taste, with a delicate texture. Egg roll from Ngudi Roso, managed by Mrs. Erna, achieves a monthly revenue of over 40 million Indonesian Rupiah, with a breakdown of 35% direct sales in stores, 35% sales through partners, and 30% sales through social media, totaling around 12,000,000 Rupiah per month. Online sales through Instagram for egg roll Ngudi Roso have not been optimal due to the lack of an Instagram account admin system that is infrequently managed. The objective of this research is to determine the impact of implementing marketing strategy improvement concepts through Instagram, by observing the product sales outcomes after implementation in the Ngudi Roso egg roll home industry, to attract consumer interest in purchasing the product. The utilization of online marketing on Instagram for egg roll Ngudi Roso has a significant influence, as evidenced by a trend pattern that tends upwards and increases over time (uptrend), with an average daily income over the last 3 months amounting to 707,952.69 Rupiah. This is already much better when compared to the average daily income in July, which amounted to 605,419.35 Rupiah. However, the overall income has not yet reached the micro business standard set by Law No. 20 of 2008, which is 830,000.00 Rupiah per day.

Keywords : *Egg roll, Digital marketing, Instagram*