

ABSTRAK

AYUNA SAGITA,, Digital Marketing Terintegrasi dengan Fitur Pemetaan Pasar untuk Produk Perikanan di Kabupaten Kepulauan Selayar (dibimbing oleh **Mashud** dan **Tamsir**).

Distribusi dan pemasaran produk perikanan di Kabupaten Kepulauan Selayar masih menghadapi tantangan, seperti terbatasnya akses pasar dan rendahnya pemanfaatan teknologi informasi. Penelitian ini bertujuan merancang dan membangun aplikasi digital marketing terintegrasi dengan fitur pemetaan pasar untuk membantu pelaku usaha perikanan dalam memperluas jangkauan pemasaran. Data penelitian diperoleh melalui studi pustaka, observasi, wawancara. Metode penelitian menggunakan model Waterfall yang meliputi tahapan analisis, desain, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Pengujian sistem menggunakan metode Black Box Testing menunjukkan fungsionalitas berjalan sesuai harapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil evaluasi dengan User Acceptance Testing (UAT) menghasilkan tingkat kelayakan sebesar 81%, yang menandakan sistem diterima dengan baik oleh pengguna dan memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan akses pasar serta mendukung strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata Kunci: Digital Marketing, Produk Perikanan, Teknologi Informasi, Pemetaan Pasar, Selayar.

