

INTISARI

Sagon Rofan yang merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di Desa Pangebatan Kecamatan Karanglewas ini masih melakukan promosi secara konvensional yaitu melalui mulut ke mulut, serta penjual memasarkan produknya dengan cara datang langsung ke toko snack yang ada disekitar Purwokerto. Pembelinya hanya masyarakat sekitar Purwokerto yang memang sudah mengetahui keberadaan usaha tersebut. Dengan teknik pemasaran secara konvensional yang dilakukan oleh Sagon Rofan mengakibatkan penjualan produk menjadi sangat rendah, sehingga perputaran modal menjadi sangat lambat. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan tersebut perlu adanya digital marketing untuk mengenalkan, mengkomunikasikan, dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan menggunakan media sosial Instagram dapat menjangkau konsumen dari berbagai kota dengan biaya yang lebih minimal. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat perencanaan strategi digital marketing untuk memperluas pemasaran produk Sagon Rofan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, wawancara, observasi dan dokumentasi. Dengan metode penelitian menggunakan metode SOSTAC. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah mengoptimalkan pemasaran usaha sagon rofan melalui media digital agar pemasaran lebih luas.

Kata kunci: Sagon Rofan, Digital Marketing, Pemasaran, SOSTAC.

ABSTRACT

Sagon rofan, which is one of the small middle-class micro businesses in the village of Pangebatan Karanglewas, is still engaged in the traditional promotion by mouth to mouth, and sales are making the products by coming directly to the snack shops around purwokerto. The buyer was the only people around purwokerto who knew the existence of the undertaking. With the conventional marketing techniques of sagon rofan, the sale of the product was very low, so capital spin became very slow. Therefore, to increase sales requires digital marketing to introduce, communicate, and influence consumers to make purchases. Using social media instagram can reach consumers from various cities at a lower cost. The purpose of this study is to plan a digital marketing strategy to expand the marketing of sagon rofan products. The methods of data collection used are library studies, interviews, observation and documentation. By research methods using the sostac method. The result of this study is to optimize the marketing of sagon rofan's efforts through digital media to make marketing wider.

Keywords: sagon rofan, digital marketing, marketing, SOSTAC.

