

INTISARI

Basir Koi merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menyediakan jasa jual beli ikan. UMKM sendiri merupakan pilar perekonomian nasional dengan berbagai persoalan klasik seperti keterbatasan akses permodalan, pemasaran, dan teknologi masih sering dihadapi oleh UMKM. Basir Koi sendiri telah mengalami penurunan karena sempat ada kendala karena pandemic corona. Maka dari itu, perlu adanya peran untuk membantu proses pemasaran menggunakan Digital Marketing. Model yang digunakan dalam membantu pemasaran ini yaitu menggunakan SOSTAC, tujuannya adalah agar menarik konsumen atau calon konsumen untuk membeli produk di Basir Koi karena valuenya yang bagus.

Kata kunci: Digital Marketing, Koi, SOSTAC



ABSTRACT

Basir Koi is a Micro, Small and Medium Enterprise (MSMEs) that provides fish buying and selling services. MSMEs themselves are pillars of the national economy with various classic problems such as limited access to capital, marketing, and technology that are still being faced by MSMEs. Basir Koi itself has experienced a decline because there were obstacles due to the corona pandemic. Therefore, it is necessary to have a role to assist the marketing process using Digital Marketing. The model used in assisting this marketing is using SOSTAC, the goal is to attract consumers or potential customers to buy fish at Basir Koi because of the good value.

Keywords: Digital Marketing, Koi, SOSTAC

