

INTISARI

Madu Az Zahra merupakan salah satu produk madu di Purwokerto. Madu Az Zahra melakukan promosi melalui bazar, pemasaran dari mulut ke mulut, dan beberapa media sosial yang digunakan diantaranya whatsapp pribadi milik owner, facebook dan instagram dengan username madu az zahra. Dengan adanya pihak Madu Az Zahra saat ini belum mengelola digital marketing dengan optimal dengan jangkauan customer yang masih sempit dan ditandai dengan pelanggan Madu Az Zahra kebanyakan masih masyarakat yang tinggal di Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemasaran produk Madu Az Zahra sesuai target. Metode ini digunakan pada penelitian ini adalah SOSTAC sebagai metode perencanaan digital marketing menggunakan metode SOSTAC (Situation Analysis, Objective, Strategy, Tactic, Action and Control) dan Analisis SWOT.

Kata kunci: Digital Marketing, SOSTAC, SWOT.



ABSTRACT

Az Zahra Honey is one of the honey products in Purwokerto. Madu Az Zahra carries out promotions through bazaars, word of mouth marketing, and several social media used including the owner's personal WhatsApp, Facebook and Instagram with the username madu az zahra. With the existence of Madu Az Zahra, currently they have not managed digital marketing optimally with the customer reach being still narrow and it is indicated that most of Madu Az Zahra's customers are still people who live in Purwokerto. This research aims to optimize the marketing of Az Zahra Honey products according to targets. This method used in this research is SOSTAC as a digital marketing planning method using the SOSTAC method (Situation Analysis, Objective, Strategy, Tactic, Action and Control) and SWOT Analysis.

Keywords: Digital Marketing, SOSTAC, SWOT.

