

INTISARI

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi nasional. Permasalahan yang ada yaitu keterlibatan yang kurang aktif dari pemilik proyek karena kesibukan dengan kegiatan lain menjadi tidak aktif. Setelah itu saat ini, upaya pemasaran online dan konversi penjualan sulit, meskipun sudah memiliki 10 ribu pengikut di media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah menerapkan metode SOSTAC sebagai kerangka kerja dalam perancangan strategi pemasaran digital di platform Instagram. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menerapkan strategi yang dirancang melalui metode SOSTAC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SOSTAC dan kalender konten membantu Qamila Project dalam merencanakan dan menjalankan strategi pemasaran digital dengan efektif. Diharapkan, implementasi yang baik dapat meningkatkan kinerja iklan, pertumbuhan penjualan, dan pemahaman konsumen.

Kata Kunci: SOSTAC, digital Marketing, instagram, strategi pemasaran produk.

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) play a crucial role in the national economic development. However, one common issue faced is the lack of active involvement from project owners due to other commitments, leading to inactive operations. Despite having 10 thousand followers on social media, online marketing efforts and sales conversion are challenging. This research aims to apply the SOSTAC method as a framework for designing digital marketing strategies on the Instagram platform. Furthermore, the study aims to implement strategies designed through the SOSTAC method. The results show that SOSTAC and content calendars help Qamila project effectively plan and execute digital marketing strategies. It is hoped that effective implementation will improve ad performance, sales growth, and consumer understanding.

Keywords: SOSTAC, digital marketing, instagram, marketing strategy.

