

## INTISARI

D'Martin Catering Ajibarang merupakan salah satu UMKM yang ada di Kecamatan Ajibarang yang menjual berbagai macam menu, pemasaran yang digunakan masih menggunakan teknik konvensional dikarenakan kurang mengerti penggunaan dan pemanfaatan digitalisasi di usaha yang dijalankan sampai sekarang ini dan dalam hal pemasaran masih kurang maksimal dikarenakan jangkauannya masih sempit. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan digital marketing dalam meningkatkan pemasaran pada UMKM D'Martin Catering Ajibarang. Studi Kasus pada penelitian ini yaitu D'Martin Catering Ajibarang yang merupakan jenis usaha dibidang industri kuliner yang menjual berbagai macam makanan. UMKM yang menjadi objek penelitian ini sudah berdiri kurang lebih 3 tahun di Ajibarang. Akan tetapi, dalam kegiatan pemasarannya masih sangat minim dan konvensional. Oleh karena itu dibutuhkan optimalisasi digital marketing pada usaha D'Martin Catering Ajibarang untuk memperluas pangsa pasar. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode SOSTAC (Situation analysis, Objective, Strategy, Tactic, Action, Control). Pada situation analysis menggunakan analisis SWOT, pada objective menggunakan model 5s (sell, serve, speak, save, sizzle). Pada objective menggunakan STP (Segmentation, Targeting, Positioning). Pada tactic dibuat berdasarkan 7p (product, promotion, price, place, Process, people, dan physical Evidence). Pada action menerapkan strategi digital marketing dan pada control menguatkan hasil yang telah dilakukan dilakukan pada action. Hasil penelitian ini telah menjangkau 2082 akun dengan menggunakan biaya 30.392 selama dua hari dengan menggunakan instagram ads. Maka dengan hasil tersebut telah memenuhi jangkauan pangsa pasar yang diinginkan.

Kata kunci: digital marketing, strategi pemasaran, UMKM, SOSTAC

## **ABSTRACT**

*D'Martin Catering Ajibarang is one of the MSMEs in Ajibarang district that sells various kinds of menus, the marketing used is still using conventional techniques due to a lack of understanding of the use and utilization of digitalization in businesses that are being run until now and in terms of marketing it is still not optimal due to its reach still cramped. This study aims to describe the application of digital marketing in improving marketing at D'Martin Catering Ajibarang MSMEs. The case study in this research is D'Martin Catering Ajibarang which is a type of business in the culinary industry that sells various kinds of food. MSMEs which are the object of this research have been established for about 3 years in Ajibarang. However, the marketing activities are still very minimal and conventional therefore it is necessary to optimize digital marketing in the D'Martin Catering Ajibarang business to expand market share. The method used in this research is using the SOSTAC method (Situation analysis, Objective, Strategy, Tactic, Action, Control). In situation analysis using SWOT analysis, in objective using the 5s model (sell, serve, speak, save, sizzle). The strategy uses STP (Segmentation, Targeting, Positioning). The tactics are based on 7p (product, promotion, price, place, process, people, and physical evidence). In the action of implementing a digital marketing strategy and control, it strengthens the results that have been carried out in the action. The results of this study have reached 2082 accounts using a fee of 30.392 for two days using instagram ads. So with these results it has fulfilled the desired market share range.*

*Keywords: digital marketing, marketing strategy, MSMEs, SOSTAC*