

RINGKASAN

Alfath Aqiqah Purwokerto merupakan salah satu bisnis layanan aqiqah di Purwokerto. Alfath Aqiqah Purwokerto melakukan promosi melalui penyebaran brosur, pemasaran dari mulut ke mulut, dan beberapa sosial media, sosial media yang digunakan diantaranya whatsapp pribadi milik owner, facebook dan instagram dengan username Alfath Aqiqah Purwokerto. Dengan adanya persaingan yang cukup ketat diantara bisnis cetering aqiqah di Kota Purwokerto, pihak Alfath Aqiqah Purwokerto saat ini belum mengelola digital marketing dengan optimal dengan jangkauan customer yang masih sempit dan ditandai dengan pelanggan Alfath Aqiqah Purwokerto kebanyakan masih masyarakat yang tinggal di Kota Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk merancang digital marketing membantu meningkatkan kesadaran merek atau brand awareness dengan berdasarkan metode SOSTAC, untuk memperluas pemasaran produk jasa layanan Alfath Aqiqah Purwokerto. Penelitian ini tidak membahas tentang peningkatan penjualan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah SOSTAC sebagai metode perencanaan digital marketing. Hasil dari penelitian ini adalah perencanaan digital marketing menggunakan metode SOSTAC (Situation Analysis, Objective, Strategy, Tactic, Action, and Control) dan strategi pemasaran digital komprehensif.

Kata kunci: Perancangan Digital marketing, Digital marketing, SOSTAC, Marketing mix.

ABSTRACT

Alfath Aqiqah Purwokerto is one of the aqiqah service businesses in Purwokerto. Alfath Aqiqah Purwokerto promotes through the distribution of brochures, word of mouth marketing, and several social media, social media that are used include the owner's personal whatsapp, Facebook and Instagram with the Alfath Aqiqah Purwokerto username. With the fierce competition among the aqiqah cetering businesses in Purwokerto, Alfath Aqiqah Purwokerto currently has not managed digital marketing optimally with a narrow range of customers and is characterized by Alfath Aqiqah Purwokerto customers, most of whom still live in Purwokerto. This research aims to design digital marketing to help increase brand awareness or based on the SOSTAC method, to expand the marketing of Alfath Aqiqah Purwokerto service products. This research does not discuss increasing sales. The method used in this study is SOSTAC as a digital marketing planning method. The results of this research are digital marketing planning using the SOSTAC method (Situation Analysis, Objective, Strategy, Tactic, Action, and Control) and a comprehensive digital marketing strategy.

Keywords: Digital marketing planning, Digital marketing, SOSTAC, Marketing mix.

