

RINGKASAN

KUBE PKH Telur Asin Aster merupakan kelompok usaha produsen telur asin yang dalam pemasaran produknya belum memanfaatkan teknologi. Pemasaran produk telur asin bahkan belum menjangkau wilayah yang luas dan hanya di wilayah tempat sekitaran produksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan daya saing dari pemasaran produk telur asin. E-marketing adalah proses pemasaran brand menggunakan Internet. E-marketing akan optimal jika diterapkan dengan strategi digital marketing. Metode yang digunakan adalah metode SOSTAC (situation analysis, objectives, strategy, tactics, and action). Situation analysis dilakukan dengan SWOT berdasarkan financial, customer, internal process, dan employee. Objective dibuat melihat hasil situation analysis dijabarkan dengan komponen 5S yaitu: sell, serve, speak, save, & sizzle. Strategi yang dilakukan dengan menerapkan Comprehensive Digital Marketing. Tactics dibuat berdasarkan 7P (product, promotion, price, people, process, physical evidence). Aksi yang dilakukan dengan menerapkan strategi digital marketing dan mengontrol hasil dari aksi yang dilakukan. Hasil penelitian yang dilakukan yaitu mengoptimalkan usaha telur asin aster dengan mempromosikan bisnis usahanya melalui media digital menggunakan sosial media dan web promosi sehingga memudahkan orang untuk menemukan dan membeli produk telur asin aster. Membuat kampanye iklan dengan facebook ads dengan biaya 10.738 per-hari dengan total jangkauan mencapai 24.466 orang per-hari. Penggunaan facebook ads berpeluang besar untuk menjangkau konsumen baru.

Kata Kunci: KUBE PKH, Telur asin, E-marketing, Digital marketing, SOSTAC.

ABSTRACT

KUBE PKH Salted Eggs Aster is a business group of salted egg producers that sell their products not yet using technology. The marketing of salted egg products is mostly not a wide area and only in the area where the production is around. The purpose of this study is to improve the competitiveness of marketing salted egg products. E-marketing is the process of brand marketing using the Internet. E-marketing will be optimal if implemented with a digital marketing strategy. The method used is the SOSTAC method (analysis of situations, goals, strategies, tactics, and actions). Situation analysis is done with SWOT based on finance, customers, internal processes, and employees. The purpose is made to see the results of the situation analysis described in 5S components, namely: selling, serving, talking, storing & hissing. The strategy is carried out by implementing Comprehensive Digital Marketing. Tactics are based on 7P (products, promotions, prices, people, processes, physical evidence). Actions taken by implementing digital marketing strategies and controlling the results of actions taken. The results of research carried out are optimizing egg business with the help of businesses through digital media using social media and web promotion making it easier for people to find and buy aster salted egg products. Making champagne ads with Facebook at a cost of 10,738 days with a total reach of 24,466 people days. The use of Facebook ads has a great opportunity to get new customers.

Keywords: KUBE PKH, Salted Eggs, E-marketing, Digital marketing, SOSTAC.