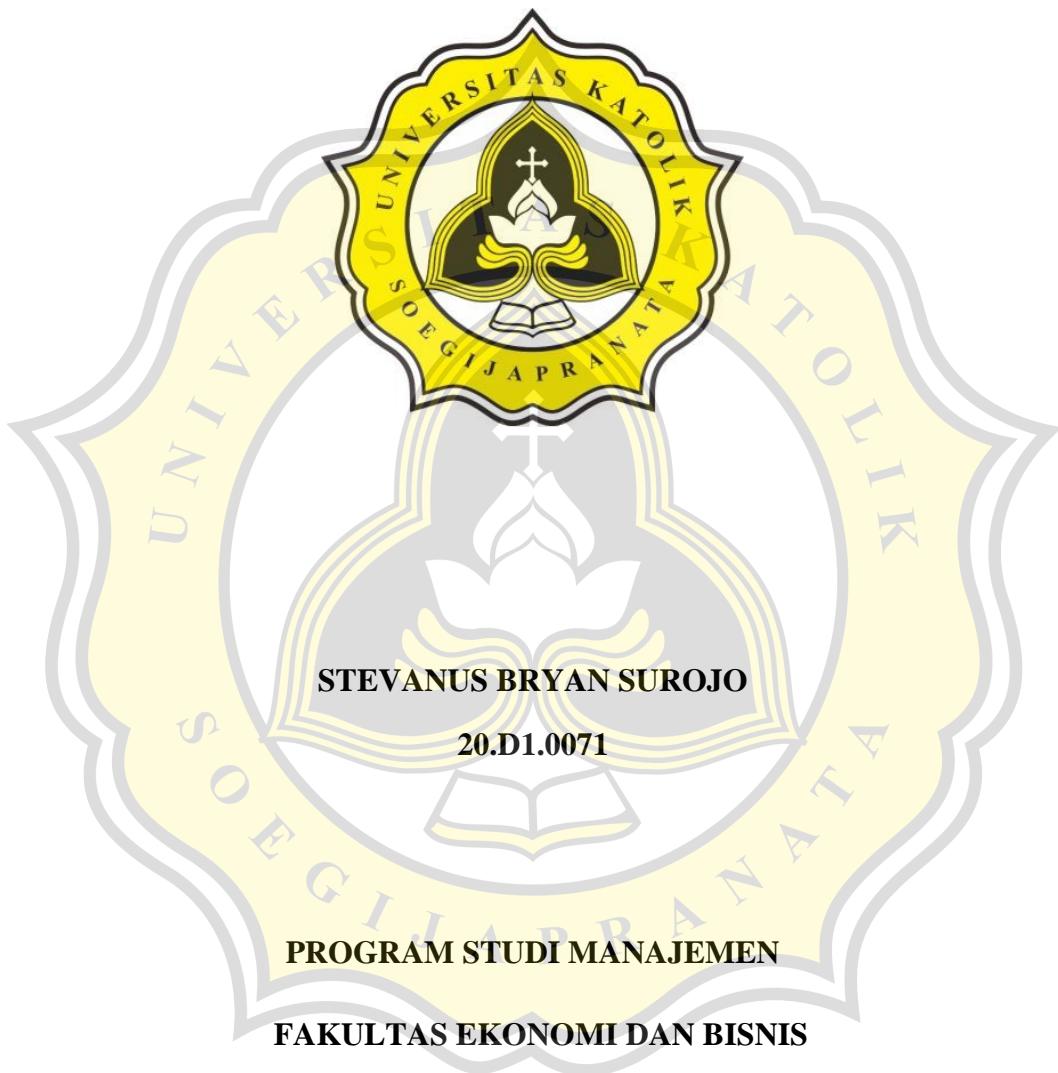


**LAPORAN SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA KHOE'S KITCHEN MENGGUNAKAN  
MODEL SOSTAC**



**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2024**

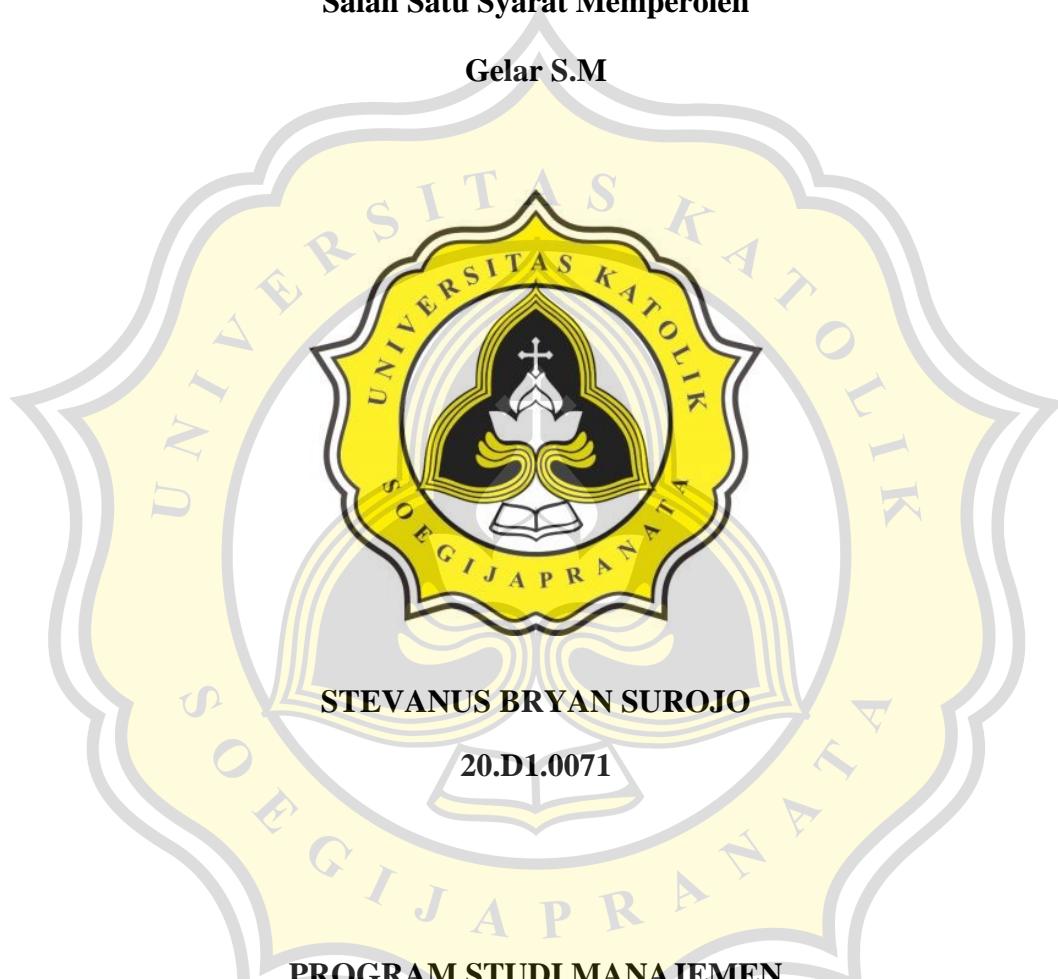
**LAPORAN SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA KHOE'S KITCHEN MENGGUNAKAN  
MODEL SOSTAC**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi**

**Salah Satu Syarat Memperoleh**

**Gelar S.M**



## ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu atau kelompok, baik yang memiliki badan usaha resmi maupun yang tidak. Khoe's Kitchen merupakan bisnis kuliner yang berdiri di tahun 2018. Awalnya, Khoe's Kitchen hanya dikenal dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*). Dengan modal yang terbatas, Khoe's Kitchen menggunakan *Instagram* untuk memasarkan produknya. Media sosial menjadi sebuah platform komunikasi masyarakat yang paling terbuka, menarik, dan interaktif untuk saat ini. Melalui media sosial, pelaku UMKM dapat melakukan berbagai aktivitas pemasaran, seperti memperkenalkan produk, berinteraksi dengan konsumen dan calon konsumen, serta memperluas jaringan bisnis mereka. Walaupun sudah menggunakan *Instagram* tetapi belum mencapai titik optimal Khoe's Kitchen karena belum memiliki strategi pemasaran. Salah satu cara untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan strategi pemasaran digital. Untuk meningkatkan pemasaran produk Khoe's Kitchen maka peneliti menggunakan analisis metode SOSTAC. Hasil Penelitian membuktikan bahwa pemasaran Khoe's Kitchen dipengaruhi dari fitur *Instagram* seperti *reels*, *stories*, *insight*, *advertising* dan kolaborasi dengan *Nano-Influencer*. Selain itu, faktor dari *E-Commerce* juga mempengaruhi pemasaran Khoe's Kitchen.

Kata Kunci:

UMKM; SOSTAC; Khoe's Kitchen; *Digital Marketing*; Media Sosial;