

# **PENGEMBANGAN DAN IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA USAHA DESSERT BY.HEYYO**

## **SKRIPSI**

Skripsi ini digunakan sebagai salah satu syarat kelulusan sarjana di Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
2025**

## ABSTRAK

Industri kuliner, khususnya dessert, mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya tren konsumsi makanan manis dan perkembangan pemasaran digital. By.heyyo adalah bisnis dessert rumahan yang didirikan pada 7 Desember 2020 di Semarang, dengan strategi pemasaran berbasis media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital By.heyyo guna meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif-deskriptif dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis. Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa By.heyyo memiliki kekuatan dalam kualitas produk, interaksi yang baik dengan pelanggan, serta basis pengikut yang besar di media sosial. Namun, kelemahan seperti kurangnya pemanfaatan iklan digital dan keterbatasan platform pemasaran menjadi tantangan dalam pengembangannya.

Strategi yang diusulkan mencakup peningkatan keterlibatan digital melalui live streaming, kolaborasi dengan influencer, optimalisasi konten video, serta perluasan kanal pemasaran melalui platform layanan antar online. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek, loyalitas pelanggan, dan penjualan By.heyyo di pasar digital yang kompetitif.

**Kata Kunci: Dessert, analisis SWOT, merek, pemasaran, digital**