

**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



Oleh:

Herawati Indah S - 21.D1.0164

Dosen Pengampu:

Dr. Ch. Yekti Prawihatmi, M.Si.

**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.heyoyo 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.heyoyo 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.heyoyo 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.heyoyo di pasar digital yang kompetitif.

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