

ABSTRAK

Kewirausahaan sosial merupakan bentuk kewirausahaan yang mengedepankan tanggung jawab sosial dalam penciptaan bisnisnya. Kompor Gastrik merupakan salah satu contoh wujud kewirausahaan sosial yang dikembangkan oleh perusahaan CV Wahana Putra Ideas. Semua perusahaan membutuhkan kegiatan komunikasi pemasaran untuk memasarkan produknya. Komunikasi Pemasaran merupakan salah satu peran penting pada setiap perusahaan. Penelitian ini membahas strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh sebuah kewirausahaan sosial CV Wahana Putra Ideas dalam memasarkan produknya Kompor Gastrik. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Informan dalam penelitian ini berjumlah lima orang informan terdiri dari tiga orang informan utama dan dua orang informan pendukung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CV Wahana Putra Ideas dalam memasarkan produknya Kompor Gastrik dengan strategi komunikasi pemasaran yang dibuat berdasarkan tiga model komunikasi pemasaran terintegrasi yaitu *discovery circle* (menganalisis lingkungan bisnis internal dan eksternal), *intent circle* (menganalisis masalah yang dihadapi dan keuntungan yang didapatkan merek), dan *strategy circle* (menganalisis target konsumen, dan komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan)

Kata Kunci : Kewirausahaan Sosial, Strategi Komunikasi Pemasaran, *discovery circle*, *intent circle*, *strategy circle*