

ABSTRAK

Amelia Brownies merupakan salah satu UMKM di kota Bandung yang memiliki fokus terhadap bidang kuliner khususnya kue Brownies. Target pasar dari Amelia Brownies adalah wisatawan yang berminat untuk membeli produk oleh-oleh berupa makanan dengan harga yang terjangkau. Pada bulan Juli 2020 sampai Desember 2021 penjualan Amelia Brownies mengalami fluktuasi dan tidak dapat mencapai target selama periode bulan Januari sampai dengan November 2021. Hal ini disebabkan karena Amelia Brownies belum memiliki strategi pemasaran digital yang jelas serta belum mampu memanfaatkan media digital yang dimiliki secara optimal.

Tugas Akhir ini memiliki tujuan untuk merancang strategi *digital marketing* pada produk Amelia Brownies menggunakan metode SOSTAC. Metode SOSTAC digunakan pada proses perancangan strategi *digital marketing* yang dibagi ke dalam enam tahapan yaitu *situation analysis, objective, strategi, tactics, action, dan control*.

Rancangan strategi *digital marketing* yang diusulkan kepada Amelia Brownies adalah pembuatan dan pengoptimalan sosial media (*Social Media Marketing*) sebagai media pemasaran dan penjualan serta penggunaan *tools* pendukung seperti *Social Media Optimization, Content Marketing* yang mencakup juga *Video Marketing* dan *User Generated Content (UGG)* serta penggunaan *Linktree* dan *Influencer Marketing*. Selain itu Amelia Brownies juga bekerja sama dengan beberapa akun Instagram yang dapat membantu mempromosikan produk Amelia Brownies dan juga akan memanfaatkan platform *marketplace* kuliner.

Perancangan strategi *digital marketing* diharapkan dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan interaksi pelanggan, mengurangi biaya promosi dan membangun *brand awareness* pelanggan terhadap Amelia Brownies.

Kata kunci: Amelia Brownies, *Digital Marketing, SOSTAC, Social Media Marketing*.