

ABSTRAK

Hellikopi merupakan kedai kopi yang berlokasi di Kota Bandung khususnya di daerah Gegerkalong. Saat ini penjualan dari Hellikopi masih di dominasi oleh penjualan secara *offline*. Penjualan pada periode Juni 2021 sampai Desember 2022 bersifat fluktuatif dan masih belum mencapai target yang telah di tentukan berdasarkan kemampuan Hellikopi. Hal ini disebabkan karena penjualan yang masih didominasi oleh pembelian berulang dari pelanggannya yang sama. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran digital pada Hellikopi untuk meningkatkan *market share* dengan menggunakan metode SOSTAC. Metode SOSTAC terdiri dari enam tahapan dalam penyusunan strategi pemasaran digital, yaitu *situation analysis*, *objective*, *strategy*, *tactics*, *action* dan *control*. Rancangan strategi pemasaran digital yang diusulkan kepada Hellikopi adalah strategi *Search Engine Optimization (SEO)*, *Social Media Marketing Instagram*, *Social Media Marketing TikTok*, dan *Influencer Marketing*. Kemudian rancangan digambarkan dalam *strategy map* untuk memudahkan Hellikopi untuk memahami strategi tersebut. Perancangan strategi pemasaran digital pada Hellikopi diharapkan mampu meningkatkan penjualan, meningkatkan interaksi pelanggan, menghemat *budget* promosi, dan meningkatkan kesadaran akan merek pada Hellikopi.

Kata Kunci : Hellikopi, Pemasaran Digital, Strategi Pemasaran, *SOSTAC*