

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui merek Homemade. Homemade ditemukan pada tahun 2021. Karena isolasi pandemi, Homemade lahir. Dengan begitu banyak tempat di mana seseorang dapat bersosialisasi menjadi tidak tersedia, orang dapat merasa sendirian dan terasing. Upaya buatan sendiri untuk menyatukan orang melalui makanan. Karena Homemade adalah perusahaan rintisan yang mencari pelanggan baru, menghadapi berbagai tantangan, termasuk kurangnya kesadaran merek dan menentukan rencana pemasaran terbaik untuk perusahaan. Masalah tersebut disebabkan oleh sedikitnya jumlah karyawan di perusahaan, dan perusahaan belum banyak melakukan pemasaran offline atau online untuk dikenal oleh orang-orang. Proyek penelitian diperlukan untuk menyediakan Homemade dengan saran tentang beberapa tantangan perusahaan serta untuk menentukan inti penyebab masalah. Dalam melakukan pemasaran, Homemade dapat memanfaatkan kerjasama dengan influencer lokal untuk mereview makanan yang ditawarkan Homemade sebagai bentuk strategi pemasaran. Kolaborasi bisa dilakukan dengan mengirimkan makanan secara gratis kepada influencer agar bisa mereview makanan tersebut.

Kata kunci: Pemasaran, Media Sosial, Strategi