

ABSTRAK

Dewasa ini, mulai banyak usaha dan bisnis baru yang bermunculan sehingga promosi menjadi poin utama dalam meningkatkan penjualan. Kebutuhan promosi saat ini membuat penyedia jasa *digital marketing* dan *Social Media Management* memiliki peluang yang cukup besar untuk berkembang. Salah satu penyedia jasa SMM yang berasal dari Surabaya dengan inisial KV memiliki rencana untuk melakukan ekspansi bisnis di Yogyakarta pada akhir tahun 2020. Peluang bisnis berupa banyaknya desa wisata yang belum memiliki pengelolaan promosi yang baik serta banyak atraksi wisata menjadi hal yang menarik bagi mereka. Tujuan dilakukannya pembuatan *business plan* ini adalah untuk perencanaan dalam mengembangkan ekspansi bisnis dengan segmentasi kampung dan desa wisata di Yogyakarta. Dengan adanya pembentukan tim di Yogyakarta, KV telah mampu melakukan promosi secara langsung ke tiga belas kampung dan desa wisata di Yogyakarta. Hasil promosi hingga saat ini menunjukkan respon berupa penolakan dikarenakan alasan pandemi. Selain respon negatif, Tim KV Yogyakarta juga mendapat respon positif berupa antusiasme dan ketertarikan untuk bekerjasama dari beberapa kampung dan desa wisata yang dapat menjadi prospektif klien di masa mendatang dengan terus melakukan *follow up*. *Follow up* dilakukan karena pengelola perlu melakukan diskusi dengan Kepala Desa guna mendapat persetujuan dan alokasi dana.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Social Media Management, Kampung dan Desa Wisata*

ABSTRACT

Nowadays, new businesses have sprung up so that promotion becomes the main point in increasing sales. Current promotional needs make Social Media Management service providers have a large enough opportunity to develop. One of the SMM service providers from Surabaya with the initials KV has plans to expand its business in Yogyakarta at the end of 2020. Business opportunities of many tourist villages that do not have good promotion management and many tourist attractions are interesting for them. The purpose of making this business plan is for planning in developing business expansion by segmenting tourism villages in Yogyakarta. With the formation of a team in Yogyakarta, KV has been able to carry out direct promotions to thirteen tourist villages in Yogyakarta. The results of the promotion so far have shown a response in the form of rejection due to pandemic reasons. In addition to the negative response, the Yogyakarta KV Team also received a positive response in the form of enthusiasm and interest in collaborating from several villages and tourist villages that could become prospective clients in the future by continuing to follow up. Follow-up is done because the manager of the village needs to hold discussions with the Village Head to get approval and allocation of funds.

Key Words: Digital Marketing, Social Media Management, Tourism Village