

ABSTRAK

Fenomena logistik pengiriman barang di Indonesia selama tiga tahun ini sedang mengalami perkembangan yang cukup signifikan. semenjak pandemi Covid-19. Selain itu, perkembangan kinerja Logistik disebabkan karena meningkatnya permintaan konsumen yang mayoritas merupakan perusahaan produsen makanan ringan atau FMCG (Fast-Moving Consumer Goods), UMKM, dan warung. Digitalisasi tersebut juga memberikan dampak kepada konsumen Logistik yang memudahkan mereka dalam proses pemesanan, pengiriman, penyimpanan, transportasi, distribusi, serta visibilitas. Logee merupakan salah satu platform digital yang memudahkan proses rantai pasok agar lebih efisien melalui website mereka. Logee memiliki banyak fitur serta produk yang lengkap sehingga menjawab berbagai permasalahan logistik terutama rantai pasok, namun perusahaan tersebut masih kalah terkenal dengan perusahaan kompetitornya. Terbukti melalui hasil wawancara yang menyatakan bahwa beberapa orang mengaku mengetahui kompetitor Logee namun jarang mengetahui tentang perusahaan tersebut. Pemecahan masalah ini akan dilakukan dengan merancang strategi promosi melalui sosial media yang sesuai dengan target audiens serta kebutuhan dari konsumen Logee. Dengan metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kualitatif dan pengumpulan berbagai data bersumberkan studi pustaka, observasi, dan wawancara. Dari data yang terkumpul kemudian akan dianalisis menggunakan metode seperti AISAS, AOI, dan SWOT. Tentu dengan adanya perancangan ini dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Logee.

Kata kunci: Logistik, Warung, Logee, Promosi, Sosial Media