

INTISARI

Griya Batik Mirah merupakan salah satu UMKM batik di Kecamatan Susukan yang didirikan tahun 2005 oleh Ibu Sumirah atau yang akrab di panggil Bu Mirah. Teknik pemasaran yang dilakukan Griya Batik Mirah masih terbatas yaitu dengan teknik pemasaran dari mulut ke mulut, menitipkan batik ditoko-toko, melakukan promosi di instagram dan whatsapp. Keterbatasan kegiatan pemasaran membuat jangkauan pasar menjadi sempit, apalagi di Kecamatan Susukan ada pesaing bisnis yang sudah menggunakan pemasaran secara digital. Oleh karena itu, untuk menghadapi adanya persaingan bisnis diperlukan sebuah strategi digital marketing dengan tujuan untuk mengenalkan dan mempromosikan produk batik mirah. Dengan menggunakan promosi melalui media sosial dapat menjangkau pasar lebih luas. Selain itu, menggunakan media sosial sebagai media promosi lebih efektif dan efisien jika dilihat dari biayanya yang murah dan pengaplikasiannya yang mudah. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang strategi digital marketing yang dapat digunakan di Griya Batik. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara dan studi pustaka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah SOSTAC. Penelitian ini berhasil merancang strategi digital marketing menggunakan metode SOSTAC. Situation analysis menggunakan analisis SWOT dan analisis competitor.

Kata kunci: Strategi, Digital Marketing, SOSTAC

ABSTRACT

Griya Batik Mirah is one of the batik MSMEs in Susukan District which was founded in 2005 by Mrs. Sumirah or who is familiarly called Mrs. Mirah. The marketing techniques used by Griya Batik Mirah are still limited, namely word of mouth marketing techniques, leaving batik in shops, promoting on Instagram and WhatsApp. Limited marketing activities make the market reach narrower, especially in Susukan District, there are business competitors who are already using digital marketing. Therefore, to face business competition, a digital marketing strategy is needed with the aim of introducing and promoting ruby batik products. By using promotions via social media you can reach a wider market. Apart from that, using social media as a promotional medium is more effective and efficient when viewed from its low cost and easy application. The aim of this research is to design a digital marketing strategy that can be used at Griya Batik. The data collection methods used were observation, interviews and literature study. The method used in this research is SOSTAC. This research succeeded in designing a digital marketing strategy using the SOSTAC method. Situation analysis uses SWOT analysis and competitor analysis.

Keyword: Strategy, Digital Marketing, SOSTAC