

ABSTRAK

Perancangan Strategi Digital Marketing Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM (Studi Kasus : UMKM Batik Dwi Putro)

Muthia Najikhah

H1E019013

UMKM Batik Dwi Putro merupakan usaha yang bergerak pada bidang kerajinan dengan memproduksi berbagai macam batik seperti batik tulis, batik cap, batik *eco-printing* dan batik campuran. Selain itu, UMKM Dwi Putro juga memproduksi sepatu, tas dan pakaian untuk pria dan wanita. Penerapan *digital marketing* yang dilakukan oleh UMKM Batik Dwi Putro yakni dengan melakukan promosi melalui beberapa *platform* media sosial yang sering digunakan seperti WhatsApp, Instagram dan Facebook. Namun adanya penerapan *digital marketing* belum mendapatkan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan penjualan. Hal ini dibuktikan dengan menurunnya jumlah penjualan batik selama 3 tahun terakhir semenjak adanya pandemi covid 19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi tingkat penjualan dalam lingkup *digital marketing* khususnya melalui media sosial, posisi perusahaan saat ini menggunakan IE matriks serta mengusulkan beberapa alternatif strategi *digital marketing* yang sesuai dan terbaik menggunakan pendekatan SWOT dan QSPM. Berdasarkan matriks SWOT didapatkan faktor dominan pada aspek kekuatan yaitu perusahaan mempunyai berbagai media sosial untuk sarana pemasaran, sedangkan pada aspek kelemahan yaitu kegiatan promosi *online* yang dilakukan belum optimal. Faktor eksternal yang dominan pada aspek peluang yaitu jangkauan postingan dapat menyebar lebih luas, sedangkan pada aspek ancaman yaitu bertambahnya kompetitor dalam pasar digital. Hasil Matrix IE berada pada kuadran I (3,52 ; 3,64) yang disebut strategi tumbuh dan berkembang. Analisis SWOT yang dilakukan menghasilkan 10 alternatif strategi *digital marketing*. Pemilihan strategi yang diprioritaskan menggunakan metode QSPM ialah dengan mengadakan promosi *online* secara aktif dan kreatif dengan skor TAS sebesar 5.519.

Kata kunci : *digital marketing*, media sosial, analisis SWOT, metode QSPM.

ABSTRACT

Designing a Digital Marketing Strategy through Social Media to Increase Sales Using SWOT and QSPM Methods (Case Study: UMKM Batik Dwi Putro)

Muthia Najikhah

H1E019013

UMKM Batik Dwi Putro is a business engaged in the craft sector by producing various kinds of batik such as written batik, stamped batik, eco-printing batik and mixed batik. In addition, UMKM Dwi Putro also produces shoes, bags and clothing for men and women. The application of digital marketing carried out by UMKM Batik Dwi Putro is by promoting through several social media platforms that are often used such as WhatsApp, Instagram and Facebook. However, the application of digital marketing has not had a significant effect in increasing sales. This is evidenced by the decline in the number of batik sales over the past 3 years since the covid 19 pandemic. This study aims to determine the dominant factors that influence the level of sales in the scope of digital marketing, especially through social media, the company's current position using the IE matrix and propose several alternative digital marketing strategies that are suitable and best using the SWOT and QSPM approaches. Based on the SWOT matrix, the dominant factor in the strength aspect is that the company has various social media for marketing facilities, while in the weakness aspect is that the online promotion activities carried out are not yet optimal. The dominant external factor in the opportunity aspect is the reach of posts can spread more widely, while in the threat aspect is the increase in competitors in the digital market. The results of the IE Matrix are in quadrant I (3.52; 3.64) which is called a grow and build strategy. The SWOT analysis conducted resulted in 10 alternative digital marketing strategies. The selection of strategies that are prioritized using the QSPM method is to hold active and creative online promotions with a TAS score of 5,519.

Keywords : *digital marketing, social media, SWOT analysis, QSPM method.*