

ABSTRAK

Nama : Adam Syafarrazzaq
NIM : 41620010015
Program Studi : Teknik Industri
Judul Laporan Skripsi : Perancangan Strategi *Digital Marketing* untuk Produk *Modest Fashion* pada UMKM Polkadot dengan Metode SOSTAC
Pembimbing : Dr. Uly Amrina, ST., MM.

UMKM Polkadot merupakan salah satu UMKM yang menjual produk *modest fashion* yang terletak di Kota Depok. Permasalahan yang terjadi yaitu penjualan produk UMKM Polkadot terbilang fluktuatif sehingga memiliki omset penjualan yang tidak menentu. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis penggambaran sistem pemasaran untuk perancangan *digital marketing* berdasarkan situasi yang dihadapi UMKM Polkadot. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode SWOT dengan *brainstorming* sebagai pengumpulan data dari narasumber terkait dan analisis *clustering* dengan model k-Modes yang membagi data kategorik berdasarkan kuesioner. Hasil analisis dari metode tersebut kemudian tersusun secara sistematis dengan tahapan SOSTAC. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi *digital marketing* yang tepat untuk diterapkan oleh UMKM Polkadot adalah strategi diversifikasi dengan fokus meliputi diversifikasi pasar dan produk. Segmentasi pasar yang terbentuk dari analisis *clustering* membentuk tiga klaster dengan perbedaan dari demografi dan psikografi dari target pasar yang didominasi oleh pelajar atau mahasiswa. Rancangan taktik dan aksi untuk kegiatan *digital marketing* disesuaikan dengan hasil dari penelitian tersebut yang secara garis besar meliputi utilisasi secara aktif media sosial dan *e-commerce* serta integrasi dari platform tersebut dengan aktivitas tambahan yaitu berkolaborasi dan bekerja sama dengan pihak lain untuk melakukan diversifikasi.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, *Modest Fashion*, SOSTAC, Analisis *Clustering*, SWOT

ABSTRACT

Name : Adam Syafarrazzaq
NIM : 41620010015
Study Program : Teknik Industri
Title Thesis : Perancangan Strategi *Digital Marketing* untuk
Produk *Modest Fashion* pada UMKM Polkadot
dengan Metode SOSTAC
Counsellor : Dr. Uly Amrina, ST., MM.

Polkadot is one of the SMEs that sells modest fashion products located in Depok City. The problem that occurs is that Polkadot UMKM's product sales are quite fluctuative so that it has uncertain sales turnover. This study aims to analyze the marketing system description for designing digital marketing based on the situation faced by Polkadot. The method used in this research is the SWOT method with brainstorming as data collection from related sources and clustering analysis with the k-Modes model which divides categorical data based on questionnaires. The results of the analysis of these methods are then systematically arranged with the SOSTAC stages. Based on the results of the study, it can be seen that the appropriate digital marketing strategy to be implemented by Polkadot is a diversification strategy with a focus including market and product diversification. Market segmentation formed from clustering analysis forms three clusters with differences in demographics and psychographics of the target market dominated by students or college students. The design of tactics and actions for digital marketing activities is tailored to the results of the study which broadly includes the active utilization of social media and e-commerce and the integration of these platforms with additional activities, namely collaborating and cooperating with other parties to diversify.

Keywords : *Digital Marketing, Modest Fashion, SOSTAC, Clustering Analysis , SWOT*