

ABSTRAK

ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI *DIGITAL MARKETING* BERBASIS METODE SOSTAC PADA PASAR CIKURUBUK ONLINE

Oleh

R. Dewi Putri Kadarsih

195009002

Dosen Pembimbing

Hendar Nuryaman

Riantin Hikmah Widi

Pasar Cikurubuk Online (PCO) merupakan toko *online* yang berdiri sejak pandemi *Covid-19* tahun 2020. PCO hadir sebagai salah satu inovasi penerapan teknologi *digital marketing* dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, khususnya produk hasil pertanian untuk bahan masakan dapur yang berasal dari Pasar Cikurubuk Kota Tasikmalaya. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh PCO. Penelitian ini memakai metode studi kasus dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Analisis data menggunakan metode SOSTAC. Sumber data yang digunakan yakni data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian ini adalah pengadaan produk di PCO menggunakan sistem *dropship* dan *reseller*. Lalu PCO telah memanfaatkan teknologi *digital marketing* dengan menggunakan *marketplace*, media sosial dan *landing page*. Implementasi strategi pemasaran digital yang telah dilakukan oleh PCO yakni memberikan gratis ongkir, diskon, dan *voucher* toko. Kemudian hasil perancangan strategi *digital marketing* berbasis metode SOSTAC dapat dilaksanakan melalui enam tahapan yaitu 1. *Situation analysis* dari SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) 2. *Objectives* dengan model 5S (*sell, serve, sizzle, speak and save*) 3. *Strategy* merencanakan STP (*segmentation, targeting, positioning*) 4. *Tactics* dengan bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process and physical evidence*) 5. *Actions* melalui *project planning*, perencanaan konten dan perancangan identitas visual 6. *Control* dengan pemantauan KPI (*key performance indicator*) dari model RACE (*reach, act, convert, engage*).

Kata Kunci : Pasar Cikurubuk, *Digital Marketing*, Strategi, SOSTAC