

**PERANCANGAN MODEL STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MARKETING PADA  
SANGGAR BUNGA NIRWANA DENGAN PENDEKATAN GROUNDED THEORY**

**TESIS**



**Oleh :**

**SITI AISYAH JAMAL  
1820932008**

**Pembimbing :**

- 1. Prof. Dr Alizar Hasan**
- 2. Ir. Insannul Kamil, Ph.D**

**PROGRAM PASCASARJANA  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2022**

# PERANCANGAN MODEL STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MARKETING PADA SANGGAR BUNGA NIRWANA DENGAN PENDEKATAN GROUNDED THEORY

## ABSTRAK

Bunga hias menjadi pembicaraan yang hangat pada tahun 2020, dimana banyak tawaran harga yang sangat fantastis. Oleh karena itu banyak orang menggeluti bisnis ini, dengan berharap keuntungan yang besar. Bahkan, jika kita melihat di sosial media, marketplace dan website banyak menawarkan produk bunga hias dengan jenis yang beragam. Usaha ini menjadi bisnis yang sangat menjanjikan, tetapi harus mempunyai strategi agar tetap dilirik oleh konsumen dan bersaing secara lokal dan global.

Usaha Sanggar Bunga Nirwana adalah salah satu usaha tanaman hias yang berada di Kabupaten Agam yang beralamat Jl. Raya Bukittinggi – Payakumbuh, Tj Alam, kec. Ampek Angkek, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Sanggar Bunga Hias Nirwana adalah usaha bisnis yang tergolong ke dalam usaha industri kecil dan menengah, karena omset yang masih tergolong kecil dan jumlah pegawai yang sedikit. Dalam menjalankan usahanya, Sanggar Bunga Hias Nirwana ini mengalami permasalahan yaitu kurangnya peminat dan tidak bisanya bersaing dengan bisnis sejenis. Salah satu faktor yang menyebabkan kurangnya penjualan dari sanggar ini adalah promosi dan penjualan yang masih konvensional dan tidak menarik. Untuk media promosi sanggar ini hanya menggunakan spanduk berisi alamat dan nama usaha serta tidak ada even atau promosi lain yang dilakukan oleh sanggar ini untuk memperkenalkan produk mereka. Penjualan hanya terjadi jika konsumen datang ke toko.

Jika dibandingkan dengan usaha sejenis yang telah reformasi digital dengan menerapkan digital marketing untuk menawarkan produk mereka di website dan media sosial guna meningkatkan penjualan produk mereka. Agar Sanggar Bunga Nirwana dapat bersaing secara lokal dan global sangat penting melakukan perancangan model strategi digital marketing untuk Sanggar Bunga Hias Nirwana ini menggunakan Metode yang digunakan adalah metode *Grounded Theory*. *Grounded Theory* adalah metode kualitatif yang dapat digunakan dalam proses perancangan model strategi pemasaran yang tepat untuk Sanggar Bunga Nirwana sesuai dengan keadaan usaha saat ini.

Terdapat 6 indikator inti dari 15 indikator yang paling berpengaruh dan perlu diperhatikan dalam perancangan model strategi digital marketing yaitu kesiapan sumber daya manusia, ketersediaan teknologi, kemampuan, infrastruktur pendukung, keunikan produk dan harapan konsumen.

**Kata kunci** : Grounded Theory, Digital Marketing, Perancangan Model strategi digital marketing.

# DESIGN OF DIGITAL MARKETING STRATEGY MODEL AT NIRWANA FLOWER STUDIO WITH A GROUNDED THEORY

## ABSTRACT

*Decorative flowers are a hot topic in 2020, where there are many fantastic price offers. Therefore, many people are in this business, hoping for big profits. In fact, if we look at social media, marketplaces and websites offer many ornamental flower products with various types. This business is a very promising business, but it must have a strategy to remain ogled by consumers and compete locally and globally.*

*Nirwana Flower Studio Business is one of the ornamental plant businesses located in Agam Regency which is located at Jl. Raya Bukittinggi – Payakumbuh, Tj Alam, kec. Ampek Angkek, Agam Regency, West Sumatra. Nirwana Ornamental Flower Studio is a business enterprise that is classified as a small and medium-sized industrial enterprise, due to its relatively small turnover and small number of employees. In running its business, the Nirwana Ornamental Flower Studio experienced problems, namely the lack of enthusiasts and the inability to compete with similar businesses. One of the factors that cause the lack of sales from this studio is the promotion and sales that are still conventional and unattractive. For media promotion, this studio only uses banners containing the address and business name and there are no other events or promotions carried out by this studio to introduce their products. Sales only occur when consumers come to the store.*

*When compared to similar businesses that have digitally reformed by implementing digital marketing to offer their products on websites and social media to increase their product sales. In order for the Nirwana Flower Studio to compete locally and globally, it is very important to design a digital marketing strategy model for the Nirwana Ornamental Flower Studio. The method used is the Grounded Theory method. Grounded Theory is a qualitative method that can be used in the process of designing the right marketing strategy model for Sanggar Bunga Nirwana according to the current business situation.*

*There are 6 core indicators of the 15 most influential indicators and need to be considered in designing a digital marketing strategy model, namely the readiness of human resources, technology availability, capabilities, supporting infrastructure, product uniqueness and consumer expectations.*

**Keywords:** *Grounded Theory, Designing a Digital Marketing Strategy Model.*