

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
PAKAIAN SERAGAM
PT TAKUMPU MAKMUR SENTOSA**

TUGAS AKHIR

Oleh:

LIDYA SALSABILLA EFFENDY
NIM. 1810931039



**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
PAKAIAN SERAGAM
PT TAKUMPU MAKMUR SENTOSA**

TUGAS AKHIR

*Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana Pada
Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas*

Oleh:

LIDYA SALSABILLA EFFENDY
NIM. 1810931039

Pembimbing:

Dr Alfadhilani, S.T., M.T



**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

ABSTRAK

Era digitalisasi menjadi tantangan bagi beberapa perusahaan saat ini, salah satunya PT Takumpu Makmur Sentosa yang merupakan perusahaan konveksi di daerah Bekasi, Jawa Barat. PT Takumpu Makmur Sentosa mengalami penurunan penjualan pada tiga tahun terakhir sejak tahun 2019. Hal tersebut dikarenakan adanya peralihan teknologi dari konvensional ke digital sehingga strategi penjualan pada PT Takumpu Makmur Sentosa perlu di perbaharui. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi digital marketing yang tepat untuk mengatasi penurunan penjualan dan mengatasi adanya peralihan teknologi dalam pemasaran. Perancangan strategi dilakukan dengan menggunakan metode Business Model Canvas (BMC) yang terdiri dari sembilan elemen dan pemetaan value proposition. Selanjutnya berdasarkan hasil tersebut dilakukan optimasi strategi dengan menggunakan traffic strategy, customized, customized strategy, engage strategy, dan CTA strategy. Hasilnya adalah terdapat elemen yang harus ditingkatkan dan usulan baru dalam Business Model Canvas (BMC) yang telah diperbaiki. Aktivitas – aktivitas dalam BMC yang harus ditingkatkan yaitu biaya promosi atau iklan, Sumber Daya Manusia (karyawan marketing), website perusahaan, dan promosi dengan memanfaatkan digital marketing. Selain itu, aktivitas-aktivitas baru yang diusulkan dalam BMC adalah pengelolaan hubungan pelanggan, menciptakan berbagai akun atau channel media sosial. Optimasi strategi yang diusulkan adalah menciptakan konten media sosial, melakukan kemitraan dan kolaborasi serta layanan konsultasi, melakukan penjadwalan konten berkala, memanfaatkan keyword, dan melakukan promosi pengalaman pembelian.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Digital marketing, Business Model Canvas, Shifting*

ABSTRACT

The digitalization era poses a challenge for several companies today, including PT Takumpu Makmur Sentosa, a convection company located in Bekasi, West Java. PT Takumpu Makmur Sentosa has experienced a decline in sales over the past three years since 2019 due to the shift in technology from conventional to digital. As a result, the sales strategy at PT Takumpu Makmur Sentosa needs to be revamped. This research aims to design an appropriate *digital marketing* strategy to address the decline in sales and cope with the technological shift in marketing. The strategy design is carried out using the Business Model Canvas (BMC) method, which consists of nine elements and value proposition mapping. Afterwards, based on the results, the strategy was optimised using traffic strategy, customised strategy, engage strategy, and CTA strategy. The result is that there are elements that must be increased and new proposals in the Business Model Canvas (BMC) that have been improved. Activities in BMC that must be improved are promotional or advertising costs, human resources (marketing employees), company websites, and promotions by utilizing digital marketing. In another addition, the new activities suggested in the BMC are customer relationship management, creating various social media accounts or channels. The optimisation strategies suggested are creating social media content, conducting partnerships and collaborations as well as consulting services, scheduling periodic content, utilising keywords, and conducting purchase experience promotions.

Keywords: Marketing Strategy, *Digital marketing*, Business Model Canvas, Shifting