

**PERANCANGAN MODEL STRATEGI DIGITAL MARKETING
PADA KERIPIK NANAS USAHA BARU IBU
DENGAN PENDEKATAAN GROUNDED THEORY**

TESIS

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Teknik (M.T)

Magister Teknik Industri



Diajukan Oleh

YUDHY SONETA PUTRA

NIM: 2120932014

DOSEN PEMBIMBING

Prof. Dr. Alizar Hasan dan Dr. Eng.

Ardhian Agung Yulianto, S.kom, M.T

**PROGRAM PASCASARJANA
DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2025

ABSTRAK

Keripik Nanas adalah makanan ringan dengan cita rasa yang khas dan masih jarang dijumpai, dengan berharap keuntungan yang besar pelaku usaha mulai menggeluti bisnis ini. Saat ini, melalui media sosial dan platform marketplace, para pelaku usaha telah memasarkan produk keripik nanas dengan berbagai variasi merek dan kemasan. Potensi usaha ini cukup besar, namun dibutuhkan strategi yang tepat agar tetap menarik minat konsumen dan mampu bersaing di pasar.

Usaha Baru Ibu merupakan salah satu pelaku usaha keripik nanas yang berlokasi di Kabupaten Kampar, tepatnya di Jalan Raya Pekanbaru - Bangkinang, Riau. Usaha ini termasuk dalam kategori industri kecil dan menengah karena memiliki omzet yang masih terbatas serta jumlah tenaga kerja yang sedikit. Dalam operasionalnya, Usaha Baru Ibu menghadapi beberapa hambatan, antara lain rendahnya tingkat pengenalan produk di kalangan masyarakat serta metode promosi yang masih bersifat tradisional. Usaha ini hanya menggunakan spanduk sebagai media promosi, mereka tidak melakukan promosi lain untuk memperkenalkan produknya. Transaksi jualbeli terjadi jika konsumen datang ke toko.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang model *strategi digital marketing* yang sesuai dengan kondisi usaha tersebut menggunakan pendekatan *Grounded Theory*. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi dan membangun model strategi pemasaran yang efektif berdasarkan data lapangan. Dari 15 variabel yang paling berpengaruh, terdapat 7 variabel inti yang harus diperhatikan pada saat perancangan model strategi *digital marketing* adalah ketersediaan teknologi, kemampuan, infrastruktur pendukung, kesiapan sumber daya manusia, keunikan produk, harapan pelanggan dan media sosial pelanggan.

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

ABSTRACT

Pineapple Chips are a type of snack with a distinctive taste and are still rarely found in the market. Hoping for substantial profits, entrepreneurs have begun to venture into this business. Currently, through social media and marketplace platforms, business actors have started marketing pineapple chip products in various brands and packaging. This business holds significant potential; however, it requires the right strategy to continue attracting consumer interest and remain competitive in the market.

Usaha Baru Ibu is one of the pineapple chip producers located in Kampar Regency, specifically on Jalan Raya Pekanbaru - Bangkinang, Riau. This business falls into the category of small and medium enterprises (SMEs) due to its limited revenue and small number of employees. In its operations, Usaha Baru Ibu faces several challenges, including the low level of product recognition among the public and the use of conventional promotional methods. The business relies solely on a banner for promotion and does not conduct other marketing efforts to introduce its product. Sales transactions occur only when customers visit the store.

This study aims to design a digital marketing strategy model that fits the business's conditions using the Grounded Theory approach. This method is used to identify and build an effective marketing strategy model based on field data. Out of the 15 most influential variables, there are 7 core variables that must be considered when designing a digital marketing strategy model: technological availability, capability, supporting infrastructure, human resource readiness, product uniqueness, customer expectations, and customer social media.

Keywords: *Pineapple Chips, Digital Marketing, Grounded Theory, Digital Marketing Strategy Model Design.*