

ABSTRACT

DIGITAL MARKETING STRATEGY FOR LN DECORATIVE PLANT SHOPS IN BOGOR DISTRICT

By

Andre Bintang Launari Sembiring

LN Decorative Plant Store faces significant challenges, including a sharp decline in sales post-pandemic, inadequate digital marketing capabilities, and underutilization of social media and e-commerce platforms. These issues have resulted in unmet sales targets and reduced competitiveness in the market. To address these problems, this study aims to develop an effective digital marketing strategy using the SOSTAC model, a systematic framework for designing comprehensive marketing strategies. The SOSTAC model consists of six stages: situation analysis, objective setting, strategy formulation, tactical planning, action implementation, and control. This framework incorporates various analyses such as SWOT, STP (Segmenting, Targeting, Positioning), and the 7P marketing mix to ensure a well-rounded strategy. This research adopts a descriptive method, with data collected through interviews, observations, and literature reviews conducted from January to March 2024. The proposed strategy includes identifying specific market segments, enhancing brand positioning as a premium ornamental plant provider, and optimizing digital marketing efforts through social media and e-commerce platforms. Implementing this strategy is expected to improve LN Store's competitiveness, restore sales performance, and expand its market reach effectively.

Keywords: digital marketing strategy, SWOT analysis, STP analysis, 7P marketing mix, SOSTAC model.

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TOKO TANAMAN HIAS LN DI KABUPATEN BOGOR

Oleh

Andre Bintang Launari Sembiring

Toko Tanaman Hias LN menghadapi beberapa tantangan utama, seperti penurunan signifikan dalam penjualan pasca-pandemi, kurang optimalnya penguasaan pemasaran digital, serta rendahnya pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce*. Hal ini menyebabkan target penjualan tidak tercapai dan menurunnya daya saing toko. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran digital yang efektif bagi Toko LN menggunakan model SOSTAC, sebuah kerangka kerja sistematis dalam pengembangan strategi pemasaran digital. Model SOSTAC mencakup enam tahap utama: analisis situasi, penetapan tujuan, perumusan strategi, pengembangan taktik, pelaksanaan aksi, dan pengendalian, yang dilengkapi dengan analisis SWOT, STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*), dan bauran pemasaran 7P. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka pada Januari hingga Maret 2024. Strategi yang dihasilkan meliputi penentuan segmen pasar yang lebih spesifik, penguatan posisi merek sebagai penyedia tanaman hias premium, serta pengoptimalan pemasaran digital melalui media sosial dan platform *e-commerce*. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing Toko LN, memulihkan kinerja penjualan, dan memperluas jangkauan pasar secara efektif.

Kata kunci: strategi pemasaran digital, analisis SWOT, analisis STP, bauran pemasaran 7P, model SOSTAC.