

**ANALISIS STP (SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING) DAN
ANALISIS SWOT PADA STRATEGI DIGITAL MARKETING
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA
DI BT BATIK TRUSMI CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2025**

**ANALISIS (SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING) DAN
ANALISIS SWOT PADA STRATEGI DIGITAL MARKETING
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA
DI BT BATIK TRUSMI CIREBON**

SKRIPSI



Oleh:

ADHEFLEE MUHAMMAD AGUSTIAN

NIM: 2108204225

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2025**

ABSTRAK

ADHEFLEE MUHAMMAD AGUSTIAN. NIM: 2108204225,"ANALISIS STP (SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING) DAN ANALISIS SWOT PADA STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA DI BT BATIK TRUSMI CIREBON".

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi melalui strategi pemasaran berbasis digital. BT Batik Trusmi Cirebon sebagai pusat batik terbesar di Cirebon tidak hanya menghadapi persaingan dari produsen batik tradisional maupun batik printing dengan harga murah, tetapi juga memiliki permasalahan internal seperti konsistensi konten digital yang belum optimal, tingkat interaksi konsumen yang masih rendah, serta pengelolaan media digital yang belum sepenuhnya maksimal. Kondisi ini menuntut adanya strategi digital marketing yang terarah agar perusahaan dapat mempertahankan posisinya dalam industri batik yang semakin kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *digital marketing* BT Batik Trusmi melalui pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan analisis SWOT dalam menghadapi persaingan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menekankan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena di lapangan. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan *Supervisor Digital Marketing* dan *Supervisor Office* BT Batik Trusmi, observasi langsung aktivitas pemasaran digital, serta dokumentasi dari media sosial, marketplace, dan laporan internal perusahaan. Data primer dan sekunder dianalisis menggunakan kerangka STP untuk memetakan segmentasi, target pasar, dan posisi merek, serta matriks SWOT yang didukung perhitungan IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*). Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BT Batik Trusmi menerapkan berbagai strategi *digital marketing*, seperti SEM, SEO, *Social Media Marketing*, *Display Advertising*, *Affiliate Marketing*, *Content Marketing*, dan *Viral Marketing*, yang berpengaruh positif terhadap peningkatan *brand awareness* dan penjualan. Dari aspek STP, perusahaan menggunakan strategi *targeting Selective Specialization* dan menempatkan diri sebagai pusat batik terbesar dengan konsep *one stop shopping*. Analisis SWOT menghasilkan skor IFAS 4,40 dan EFAS 4,30, menempatkan BT Batik Trusmi pada Kuadran I (*Growth Oriented Strategy*) dengan strategi agresif (S-O).

Kata Kunci: Strategi Digital Marketing, STP, SWOT, BT Batik Trusmi Cirebon

ABSTRACT

ADHEFLEE MUHAMMAD AGUSTIAN. NIM: 2108204225, “STP ANALYSIS (SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING) AND SWOT ANALYSIS ON DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN FACING BUSINESS COMPETITION AT BT BATIK TRUSMI CIREBON”.

The development of digital technology encourages business actors to adapt through digital-based marketing strategies. BT Batik Trusmi Cirebon, as the largest batik center in Cirebon, faces not only competition from traditional batik producers and low-priced printed batik, but also internal challenges such as inconsistent digital content, low consumer engagement, and suboptimal digital media management. These conditions require a well-directed digital marketing strategy to maintain the company's position in the increasingly competitive batik industry.

This study aims to analyze the digital marketing strategy of BT Batik Trusmi using the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) approach and SWOT analysis in facing business competition. The research employed a descriptive qualitative method, emphasizing in-depth understanding of field phenomena. Data were collected through in-depth interviews with the Digital Marketing Supervisor and Office Supervisor, direct observation of digital marketing activities, and documentation from social media, marketplaces, and the company's internal reports. Both primary and secondary data were analyzed using the STP framework to map segmentation, target markets, and brand positioning, as well as the SWOT matrix supported by calculations of IFAS (Internal Factors Analysis Summary) and EFAS (External Factors Analysis Summary). Data validity was ensured through triangulation of sources and methods.

The results indicate that BT Batik Trusmi implements various digital marketing strategies, such as SEM, SEO, Social Media Marketing, Display Advertising, Affiliate Marketing, Content Marketing, and Viral Marketing, all of which positively impact brand awareness and sales. From the STP perspective, the company adopts a Selective Specialization targeting strategy and positions itself as the largest batik center with a one stop shopping concept. SWOT analysis shows that the company achieved an IFAS score of 4.40 and an EFAS score of 4.30, placing it in Quadrant I (Growth Oriented Strategy) with an aggressive (S–O) strategy.

Keywords: Digital Marketing Strategy, STP, SWOT, BT Batik Trusmi Cirebon

المخلص

أدهفلي محمد أغوستيان. الرقم الجامعي: ٢٢٥ ٤٢٠ ٨٢١، «تحليل إس تي بي (التجزئة – الاستهداف – التموضع) والتحليل سوات في إستراتيجية التسويق الرقمي لمواجهة المنافسة التجارية في بي تي باتيك ترسمي شيربون».

يدفع تطوّر التكنولوجيا الرقمية روّاد الأعمال إلى التكيّف من خلال استراتيجيات التسويق الرقمي وتواجه شركة باتيك ترسمي شيربون، باعتبارها أكبر مركز للباتيك في مدينة شيربون، منافسة شديدة ليس فقط من منتجي الباتيك التقليدي أو الباتيك المطبوع منخفض الثمن، بل كذلك من بعض المشكلات الداخلية مثل عدم انتظام المحتوى الرقمي، وانخفاض مستوى تفاعل المستهلكين، وعدم كفاءة إدارة الوسائط الرقمية بشكل كامل. وهذا ما يستلزم وجود استراتيجية تسويق رقمي موجّهة للحفاظ على مكانة الشركة في صناعة الباتيك التنافسية.

وتهدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجية التسويق الرقمي لشركة باتيك ترسمي من خلال منهجية التقسيم والاستهداف والتموضع، وكذلك تحليل القوة والضعف والفرص والتهديدات في مواجهة المنافسة. وقد استخدمت منهجية البحث النوعي الوصفي مع التركيز على الفهم العميق للظواهر الميدانية. وجمعت البيانات من خلال مقابلات معمّقة مع مشرف التسويق الرقمي والمشرف الإداري، والملاحظة المباشرة للأنشطة التسويقية الرقمية، وكذلك التوثيق من وسائل التواصل الاجتماعي، والمتاجر الإلكترونية، والتقارير الداخلية للشركة. وتمّ تحليل البيانات الأولية والثانوية باستخدام إطار عمل التقسيم والاستهداف والتموضع لرسم ملامح السوق المستهدفة وتموضع العلامة التجارية، إضافة إلى مصفوفة القوة والضعف والفرص والتهديدات بدعم من حسابات العوامل الداخلية والعوامل الخارجية. كما حُفظت صدقية البيانات من خلال أسلوب التثليل في المصادر والطرق.

وأظهرت نتائج البحث أنّ شركة باتيك ترسمي تطبّق عدّة استراتيجيات للتسويق الرقمي مثل التسويق عبر محرّكات البحث، تحسين محرّكات البحث، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلانات الرقمية، التسويق بالعمولة، تسويق المحتوى، والتسويق الفيروسي، والتي أثّرت تأثيرًا إيجابيًا في تعزيز وعي العلامة التجارية وزيادة المبيعات. ومن منظور التقسيم والاستهداف والتموضع، تستخدم الشركة استراتيجية الاستهداف بالتخصّص الانتقائي وتنموضع باعتبارها أكبر مركز للباتيك بمفهوم التسوّق الشامل في مكان واحد. وأظهر تحليل القوة والضعف والفرص والتهديدات أنّ الشركة حصلت على درجة عالية في العوامل الداخلية والعوامل الخارجية، ممّا يضعها في المربع الأول (استراتيجية النمو) باستخدام استراتيجية هجومية.

المخلص البحث: إستراتيجية التسويق الرقمي، إس تي بي، سوات، بي تي باتيك ترسمي شيربون

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA BT BATIK TRUSMI
CIREBON DALAM MENGHADAPI KOMPETITOR BISNIS
DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS STP (*SEGMENTING,
TARGETING, POSITIONING*) DAN ANALISIS SWOT**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh:

ADHEFLEE MUHAMMAD AGUSTIAN

NIM: 2108204225

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 19731125 201411 1 002


Moh. Mabruri Faozi, M.A.

NIP. 19780205 201101 1 004

Mengetahui,

Ketua Ekonomi Syariah



Achmad Otong Busthomi, Lc, M.Ag

NIP. 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati

Di Cirebon

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/I Adheflee Muhammad Agustian, NIM : 2108204225 dengan judul **“Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Dan Analisis SWOT Pada Strategi Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Di BT Batik Trusmi Cirebon”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosahkan.

Wassalamualaikum wr. wb.

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 19731125 201411 1 002


Moh. Mab'ruri Paozi, MA

NIP. 19780205 201101 1 004

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



H. Achmad Otong Busthomi, L.C., M.Ag.

NIP. 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul : **“Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Dan Analisis SWOT Pada Strategi Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Di BT Batik Trusmi Cirebon”**. Oleh **Adheflee Muhammad Agustian**, NIM : **2108204225**, telah diajukan dalam sidang munaqosah Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon 29 Oktober 2025.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Bisnis Islam pada Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang



H. Achmad, Olong Busthomi, L.C., M.Ag.

NIP. 19731223 200701 1 022

Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I

Penguji II

Dr. Layaman, S.E., M.Si.

NIP. 19721007 201101 1 002

Dr. H. Edy Setiawan, Lc, M.A.

NIP. 19770405 200501 1 003

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Adheflee Muhammad Agustian

NIM : 2108204225

Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 19 Agustus 2003

Alamat : Blok Barat RT/RW 008/002 Desa Trusmi Kulon
Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Dan Analisis SWOT Pada Strategi Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Di BT Batik Trusmi Cirebon”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Cirebon, 29 Oktober 2025

Saya yang menyatakan



Adheflee Muhammad Agustian
NIM. 2108204225

KATA PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sangat luas atas taburan nikmat dan kasih sayang-Mu yang telah memberikan kekuatan dan membekali dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Kau berikan, Alhamdulillah skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada Bapak Surakhman. Terimakasih karena telah mendidik dan membesarkan saya dengan penuh perjuangan dan keringat yang mungkin saya tidak ketahui. Terimakasih telah mengantarkan saya berada dititik ini, menjadi pribadi yang kuat dan mandiri.
2. Ibu tersayang, Ibu Yuliawati. Wanita tangguh dengan segala beban yang kau pikul. Terimakasih Ibu selalu mendoakan kelancaran dalam segala hal yang saya lalui, termasuk dalam penyusunan skripsi ini tanpa banyak berbicara. Tapi yang pasti, saya tau Ibu selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk saya. Semoga Ibu senantiasa diberi kesehatan dan umur panjang agar dapat menyaksikan anak-anaknya sukses.
3. Special person, Nurlaila yang tak luput membantu dan memberikan dukungan dengan cara yang menyenangkan. Terimakasih telah memberikan semangat dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas afirmasi positif sehingga saya selalu berusaha melakukan yang terbaik, dan selalu mendengarkan keluh kesah saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Adheflee Muhmamad Agustian, *proud of me* apapun kurang dan lebihnya diri ini. Alhamdulillah dapat menyeimbangkan antara berwirausaha dan penyusunan skripsi ini sampai selesai. Saya bangga dengan diri saya sendiri yang memiliki banyak kekurangan namun bisa sampai dititik ini adalah suatu hal yang patut disyukuri. Mampu mengendalikan diri dari berbagai permasalahan dan kesulitan pada proses penyusunan skripsi ini, mengatur waktu antara berwirausaha dan mengerjakan skripsi dengan berusaha menyelesaikan skripsi semaksimal mungkin.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Adheflee Muhammad Agustian dilahirkan di Cirebon, 19 Agustus 2003. Penulis merupakan anak Pertama dari pasangan Bapak Surakhman dan Ibu Yuliawati. Penulis bertempat tinggal di Blok Barat RT/RW 008/002 Desa Trusmi Kulon Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon.

Jenjang pendidikan yang ditempuh sebagai berikut:

1. SDN 1 Panembahan, Tahun 2009 – 2015
2. SMPN 1 Weru, Tahun 2015 – 2018
3. SMAN 1 Sumber, Tahun 2018 – 2021

Penulis mengikuti program S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dengan program studi Ekonomi Syariah dan mengambil judul skripsi “**Analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Dan Analisis SWOT Pada Strategi Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Di BT Batik Trusmi Cirebon**” dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si, dan Bapak Moh. Mabruri Faozi, MA.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَمَا اللَّذَّةُ إِلَّا بَعْدَ التَّعَبِ

“Tidak ada kenikmatan kecuali setelah bersusah payah”



Audentes fortuna iuvat

“Keberuntungan memihak yang berani”

UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir semester akademik (Skripsi) dengan baik. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya serta orang-orang yang selalu mengikuti sunahnya.

Peneliti sangat bersyukur atas selesainya penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program sarjana (S1) pada jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon. Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak untuk itu tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. H. Aan Jaelani, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, MH, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Achmad Otong Busthomi, L.C., M.Ag, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah dan sebagai Dosen Pembimbing I Skripsi Terima kasih banyak telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing dan memotivasi saya dalam menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi ini.
5. Bapak Moh. Mab'ruri Faozi, MA, Selaku Dosen Pembimbing II Skripsi Terima kasih atas kesediaannya dan keikhlasannya dalam membimbing, memberikan masukan, pengarahan, mendengarkan keluh kesah kesulitan saya dalam menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini.
6. Segenap para dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah yang telah membantu proses administrasi perkuliahan penulis selama di Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
7. Kepala dan Staff perpustakaan Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon yang telah memudahkan peneliti untuk mendapatkan

berbagai referensi dalam penyelesaian skripsi.

8. Bapak Surakhman dan Ibu Siti Yuliawati yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang dan kesabaran yang tidak bisa saya balas dengan apapun. Skripsi ini sebagai bentuk terima kasih saya kepada kalian berdua.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Nurlaila. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung, atau menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, mengajarkan apa arti dari kesabaran dan memberikan semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
10. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran dan kelancaran penyusunan skripsi ini.
11. Kepada diri saya sendiri, terimakasih karena selalu kuat menjalani semua tantangan dengan sabar walau terkadang mengeluh tetapi tetap berdiri disegala kondisi.

Kepada semua pihak yang tidak bisa penyusun sebutkan satu persatu, penulis ucapkan terimakasih dan semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda. Amiin. Penulis bertanggungjawab secara akademik atas penulisan skripsi yang telah diteliti oleh penulis.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Cirebon, 16 Juni 2025

Penyusun,



Adheflee Muhammad Agustian

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المخلص	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Identifikasi Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
F. Kajian Literatur	11

G. Kerangka Pemikiran.....	17
H. Metode Penelitian.....	18
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	18
2. Objek Penelitian	19
3. Situasi Sosial	19
4. Jenis dan Sumber Data	20
5. Teknik Pengumpulan Data.....	21
6. Uji Keabsahan Data	23
7. Teknik Analisis Data	24
I. Sistematika Penulisan	25
J. Rencana Penelitian.....	26
BAB II KAJIAN TEORI	27
A. Kajian Teori.....	27
1. <i>Grand Theory</i>	27
2. Manajemen Pemasaran.....	29
3. Strategi Pemasaran	33
4. Pemasaran Digital.....	35
5. Analisis Segmenting, Targeting, Positioning (STP)	41
6. Analisis SWOT.....	44
7. UMKM	52
BAB III GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	56
A. Sejarah BT Batik Trusmi Cirebon	58
B. Lokasi BT Batik Trusmi Cirebon.....	60
C. Logo BT Batik Trusmi Cirebon.....	61
D. Penghargaan MURI BT Batik Trusmi Cirebon.....	63
E. Visi dan Misi BT Batik Trusmi Cirebon.....	64

F. Struktur Organisasi	65
G. Deskripsi Pekerjaan (<i>Job Desc.</i>)	66
H. <i>Social Media</i> dan <i>E-Commerce</i> BT Batik Trusmi Cirebon	69
BAB IV PEMBAHASAN.....	75
A. Penerapan Strategi <i>Digital Marketing</i> Pada BT Batik Trusmi Cirebon.....	75
1. <i>Search Engine Marketing</i> (SEM)	75
2. <i>Search Engine Optimization</i> (SEO).....	76
3. <i>Social Media Marketing</i> (SMM)	77
4. <i>Display Advertising</i>	78
5. <i>Affiliate Marketing</i>	78
6. <i>Content Marketing</i>	78
7. <i>Viral marketing</i>	79
B. Analisis STP (<i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>) Pada BT Batik Trusmi Cirebon	80
1. <i>Segmenting</i>	80
2. <i>Targeting</i>	84
3. <i>Positioning</i>	85
C. Analisis SWOT Pada BT Batik Trusmi Cirebon	88
1. Faktor Internal	89
2. Faktor Eksternal	94
3. Matriks IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>) BT Batik Trusmi Cirebon.....	100
4. Matriks EFAS (<i>External Factors Analysis Summary</i>) BT Batik Trusmi Cirebon	101
5. Matriks Internal dan Eksternal (IE) BT Batik Trusmi Cirebon.....	103
6. Matriks SWOT	105

BAB V PENUTUP.....	110
A. Kesimpulan	110
B. Implikasi	111
C. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN.....	120



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Industri Batik Di Kabupaten Cirebon Tahun 2019-2023	5
Tabel 1. 2 Daftar Industri Batik Di Kecamatan Plered	6
Tabel 1. 3 Rencana Penelitian	26
Tabel 2. 1 Matriks SWOT	48
Tabel 2. 2 Kriteria UMKM	55
Tabel 4. 1 Analisis Hasil Penelitian STP	87
Tabel 4. 2 Matriks SWOT BT Batik Trusmi Cirebon.....	105
Tabel 4. 3 Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Summary) BT Batik Trusmi Cirebon.....	100
Tabel 4. 4 Matriks EFAS (External Factors Analysis Summary) BT Batik Trusmi Cirebon.....	101
Tabel 4. 5 Matriks Internal dan Eksternal (IE) BT Batik Trusmi Cirebon	103



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia pada Tahun 2018-2024	1
Gambar 1. 2 Jumlah UMKM Digital pada tahun 2020-2024.....	3
Gambar 1. 3 Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 1. 4 Tiga Elemen Situasi Sosial.....	19
Gambar 3. 1 Tampak Depan BT Batik Trusmi Cirebon	56
Gambar 3. 2 Lokasi BT Batik Trusmi Cirebon.....	60
Gambar 3. 3 Logo BT Batik Trusmi Cirebon	61
Gambar 3. 4 Logo Lama BT Batik Trusmi.....	61
Gambar 3. 5 Struktur Organisasi BT Batik Trusmi	65
Gambar 3. 6 Website Resmi BT Batik Trusmi Cirebon	70
Gambar 3. 7 Akun Resmi Instagram BT Batik Trusmi Cirebon	70
Gambar 3. 8 Akun Resmi Facebook BT Batik Trusmi Cirebon.....	71
Gambar 3. 9 Nomor Resmi Whatsapp BT Batik Trusmi Cirebon	71
Gambar 3. 10 Akun Resmi YouTube BT Batik Trusmi Cirebon	72
Gambar 3. 11 Akun Resmi Shopee BT Batik Trusmi Cirebon.....	72
Gambar 3. 12 Akun Resmi TikTok BT Batik Trusmi Cirebon.....	73
Gambar 3. 13 Akun Resmi Lazada BT Batik Trusmi Cirebon.....	73
Gambar 3. 14 Akun Resmi Tokopedia BT Batik Trusmi	74
Gambar 4. 1 Penerapan SEM Melalui Google Ads	76
Gambar 4. 2 Penerapan SEM Melalui Meta Ads Pada Instagram	76
Gambar 4. 3 Penerapan SEO Website Resmi BT Batik Trusmi.....	77
Gambar 4. 4 Penerapan Viral Marketing pada Media Sosial BT Batik rusmi.....	79
Gambar 4. 5 Diagram Cartesius Analisis SWOT BT Batik Trusmi	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Bimbingan Skripsi	121
Lampiran 2 Surat Pengantar Penelitian.....	122
Lampiran 3 Surat Pernyataan Persetujuan Penelitian	123
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi	124
Lampiran 5 Pedoman Wawancara	125
Lampiran 6 Matriks IFAS dan EFAS	134
Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara	135
Lampiran 8 Dokumentasi BT Batik Trusmi Cirebon.....	136
Lampiran 9 Turnitin	139

