

LAPORAN SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENCAPAI
KEUNGGULAN BERSAING PADA UKM “INKME.LAB”**



Disusun oleh :

Joeng Jovanka Melinda Y

18.D1.0105

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

LAPORAN SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN DIGITALUNTUK MENCAPAI
KEUNGGULAN BERSAING PADA UKM “INKME.LAB”**



Disusun oleh :

Joeng Jovanka Melinda Y

18.D1.0105

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran yang dapat membantu UKM “Inkme.lab” dalam mengembangkan usahanya dalam rangka mencapai keunggulan bersaing. Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi internal dan eksternal dan perbandingan dengan kompetitor, juga melalui kuesioner mengenai penggunaan media sosial dan ketertarikan konsumen. Kesimpulan pada penelitian ini adalah penjualan produk inovatif Inkme.lab yaitu Fruit Ink Tattoo menjadi yang penjualan terbesar. Perusahaan memiliki delapan karyawan part-time dalam tiga divisi: Digital Marketing, Packaging, dan Live Streamer, dengan lingkungan kerja positif dan kerjasama tim yang baik. Inkme.lab menyediakan fasilitas penunjang pekerjaan. Dalam analisis pemasaran, Inkme.lab mencapai keunggulan melalui konten menarik, penjualan melalui Tiktokshop, dan fokus pada produk dengan nilai-nilai emosional yang relevan. Namun Inkme.lab disarankan untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kegiatan promosi di Instagram untuk mendiversifikasi platform dan meningkatkan brand awareness. Serta membuka toko fisik dan berpartisipasi dalam bazar untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat citra merek melalui interaksi langsung dengan konsumen.

Kata kunci : strategi pemasaran digital, analisis bauran pemasaran

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze marketing strategies that can help SMEs "Inkme.lab" in developing their business in order to achieve competitive advantage. This research uses primary data sources. The method used to collect data in this research is through internal and external observation and comparison with competitors, as well as through questionnaires regarding social media use and consumer interest. The conclusion of this research is that sales of Inkme.lab's

innovative product, namely Fruit Ink Tattoo, are the biggest sellers. The company has eight part-time employees in three divisions: Digital Marketing, Packaging, and Live Streamer, with a positive work environment and good teamwork. Inkme.lab provides work support facilities. In marketing analysis, Inkme.lab achieves excellence through engaging content, sales through Tiktokshop, and focus on products with relevant emotional values. However, Inkme.lab is advised to increase sales and increase promotional activities on Instagram to diversify the platform and increase brand awareness. As well as opening physical stores and participating in bazaars to increase consumer trust and strengthen brand image through direct interaction with consumers.

Keywords: *digital marketing strategy, marketing mix analysis*

