

ABSTRAK

Batik Kenarie Sukabumi merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang fashion batik, berdiri sejak tahun 2011. Sebagai pelopor dalam industri batik di Kota Sukabumi, Batik Kenarie mengusung motif-motif khas Sukabumi seperti Motif Ikan, Motif Penyu, dan Motif Cikole yang bertujuan untuk melestarikan warisan budaya bangsa. Meskipun telah berjalan lebih dari satu dekade, pertumbuhan penjualan Batik Kenarie masih rendah, terutama disebabkan oleh penggunaan strategi digital marketing yang belum optimal.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi digital marketing yang lebih efektif bagi Batik Kenarie Sukabumi menggunakan metode SOSTAC (*Situation analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*). Metode ini membantu menganalisis situasi saat ini, menetapkan tujuan yang jelas, merancang strategi pemasaran yang terstruktur, serta menentukan taktik dan aksi yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Kontrol dilakukan untuk memastikan implementasi berjalan sesuai rencana dan mampu meningkatkan kinerja pemasaran.

Situation Analysis menunjukkan bahwa Batik Kenarie telah menggunakan beberapa alat *digital marketing*, seperti media sosial dan *E-marketplace*, tetapi implementasinya masih terbatas. Keterbatasan jumlah karyawan serta kurangnya pemahaman mendalam tentang *digital marketing* menjadi salah satu penyebab utama. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa promosi produk Batik Kenarie di *platform digital* masih belum optimal, terutama dalam aspek konten dan interaksi dengan pelanggan.

Rancangan strategi yang diusulkan dalam penelitian ini meliputi optimalisasi media sosial dengan pendekatan *Social Media Optimization* (SMO), pemasaran konten (*Content Marketing*), kolaborasi dengan mitra (*Partnership*), pemasaran video (*Video Marketing*), penggunaan *platform campsite.bio* untuk mengarahkan trafik pelanggan, serta memanfaatkan konten yang dihasilkan pengguna (*User Generated Content/UGC*). Selain itu, optimalisasi *E-marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia juga diusulkan untuk meningkatkan eksposur produk dan memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian.

Penerapan strategi ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap *brand* Batik Kenarie Sukabumi dan meningkatkan pertumbuhan penjualan melalui *platform digital*. Untuk memastikan kesuksesan strategi ini, penggunaan peta strategi (*Strategy Map*) diimplementasikan guna memvisualisasikan alur dan tahapan dari strategi yang telah dirancang. Dengan adanya perancangan ini, Batik Kenarie diharapkan dapat meningkatkan performa pemasarannya di era digital serta mampu bersaing dengan kompetitor lain yang telah lebih dulu memanfaatkan digital marketing secara optimal.

Kata kunci: **Batik, Digital Marketing, SOSTAC, UMKM, Sukabumi**