

ABSTRAK

Website merupakan salah satu *platform digital marketing* yang digunakan untuk membangun preferensi konsumen. *SIMA*, *sub-brand* dari *PT Tegep Boots* Bandung, hadir untuk lini bisnis yang berfokus pada produk *handcrafted* berbahan kulit asli dan material daur ulang, *SIMA* menargetkan segmen pekerja sebagai konsumen utamanya. Untuk *platform digital marketing* yang bertujuan meningkatkan kredibilitas *brandnya* *SIMA* memiliki permintaan akan *website* yang efektif dalam menyampaikan nilai *brand*, maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk merancang *website* *SIMA*. Perancangan *website* ini merupakan proyek nyata (*real project*) yang secara langsung diintegrasikan dengan Tugas Akhir, sehingga seluruh prosesnya tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga diwujudkan dalam bentuk *platform* digital yang dapat digunakan secara langsung oleh *brand*. Proses pengumpulan data penelitian dilakukan melalui observasi, wawancara, studi pustaka, serta penyebaran kuesioner. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan *SWOT*, *Business Model Canvas* (*BMC*), dan *user persona*. *Website* ini dirancang menggunakan *framework* yang disediakan oleh *platform* *Shopify*, kemudian disesuaikan dengan kebutuhan visual dan fungsional *SIMA*. Hasil akhir dari proyek ini adalah *website* resmi *SIMA* yang sudah dapat diakses melalui www.wearsima.com.

Kata Kunci: *Website, Digital Marketing, Brand, Design, SIMA*