

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan pemasaran digital sebagai sarana promosi dan perluasan jangkauan pasar. Bagi usaha kecil dan menengah, penerapan strategi pemasaran digital menjadi upaya penting dalam meningkatkan daya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran digital yang diterapkan pada usaha konveksi Fast Forward T-Shirt dalam upaya meningkatkan daya saing usaha.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pemilik usaha dan staf pemasaran. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta didukung analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fast Forward T-Shirt telah memanfaatkan Instagram dan TikTok sebagai sarana pemasaran digital, namun penerapannya belum optimal karena keterbatasan perencanaan konten, konsistensi unggahan, dan pemanfaatan fitur media sosial. Strategi yang dijalankan cenderung mengarah pada *differentiation focus* dengan menyasar segmen organisasi dan komunitas, khususnya remaja atau pelajar. Disarankan agar usaha menyusun perencanaan konten yang terstruktur dan memperkuat identitas merek secara konsisten di media sosial.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Digital, Media Sosial, Daya Saing Usaha, UMKM, Konveksi

ABSTRACT

The development of information technology and social media has encouraged business actors to utilize digital marketing as a medium for promotion and market expansion. For small and medium enterprises, implementing digital marketing strategies plays an important role in improving business competitiveness amid increasingly intense competition. This study aims to analyze the digital marketing strategy implemented by the Fast Forward T-Shirt convection business in an effort to improve business competitiveness.

This research used a qualitative approach with a case study method. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving the business owner and marketing staff. Data analysis was carried out through data reduction, data presentation, and conclusion drawing, supported by SWOT analysis.

The results show that Fast Forward T-Shirt has utilized Instagram and TikTok as digital marketing platforms, however, implementation has not been fully optimized due to limitations in content planning, posting consistency, and utilization of social media features. The applied strategy tends toward differentiation focus, targeting organizations and communities, particularly teenagers and students. It is recommended that the business develop structured content planning and consistently strengthen its brand identity across social media platforms.

Keywords: *Digital Marketing Strategy, Social Media, Business Competitiveness, SMEs, Convection Industry*

