

Nama : Rijal Wrisaba Rochmansyah
Prodi : Magister Management
NPM : 218020090

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah memberikan pengembangan strategi bauran pemasaran digital kepada PT. Toko Rumahan Indonesia. Dengan mengetahui kondisi lingkungan eksternal dan internal perusahaan serta mengetahui implementasi strategi yang dilihat menggunakan metode 7C (*Context, Content, Customization, Community, Communication, Connection, Commerce*) untuk mendalami program dan kegiatan yang sudah ada dan akan dilakukan oleh PT. Toko Rumahan Indonesia dalam upaya meningkatkan jumlah pengguna pada produk nya.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam (*in depth interview*) serta observasi langsung kondisi perusahaan PT. Toko Rumahan Indonesia.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi yang dipilih adalah strategi SO, dimana strategi tersebut menitikberatkan pada memanfaatkan kekuatan di dalam lingkungan internalnya sambil memanfaatkan peluang yang ada. Kemudian pada tahapan strategi bauran pemasaran digital yang dilihat menggunakan metode 7C (*Context, Content, Customization, Community, Communication, Connection, Commerce*), dapat dilakukan peningkatan berupa pembentukan ataupun perbaikan program serta kegiatan yang terkandung kedalam setiap elemen tersebut.

Kata Kunci : Strategi bauran pemasaran digital, Analisis Pasar, Analisis SWOT, 7C, Strategi pemasaran digital, Strategi pemasaran, Strategi pasar, Meningkatkan jumlah pengguna pada produk

Nama : Rijal Wrisaba Rochmansyah
Prodi : Magister Management
NPM : 218020090

ABSTRACT

The purpose of this research is to provide a digital marketing mix strategy development to PT Toko Rumahan Indonesia. By knowing the conditions of the company's external and internal environment and knowing the implementation of strategies seen using the 7C method (Context, Content, Customization, Community, Communication, Connection, Commerce) to explore existing programs and activities that will be carried out by PT Toko Rumahan Indonesia in an effort to increase the number of users of its products.

This research method uses descriptive qualitative research methods by conducting in-depth interviews and direct observation of PT Toko Rumahan Indonesia's company conditions.

The results showed that the strategy chosen was the SO strategy, which focuses on utilizing strengths in its internal environment while taking advantage of existing opportunities. Then at the stage of the digital marketing mix strategy which is seen using the 7C method (Context, Content, Customization, Community, Communication, Connection, Commerce), improvements can be made in the form of forming or improving programs and activities contained in each of these elements.

Keywords: Digital marketing mix strategy, Market Analysis, SWOT Analysis, 7C, Digital marketing strategy, Marketing strategy, Market strategy, Increase the number of users on the product.

Nama : Rijal Wrisaba Rochmansyah
Prodi : Magister Management
NPM : 218020090

ABSTRAK

Tujuan panalungtikan ieu nyaéta nyadiakeun pangembangan strategi bauran pamasaran digital ka PT. Toko Rumahan Indonesia. Ku ngarti kondisi lingkungan eksternal sareng internal perusahaan serta ngarti implementasi strategi nu dilihat nganggo metode 7C (Konteks, Kontén, Kustomisasi, Komunitas, Komunikasi, Koneksi, Komérs). Méthode panalungtikan ieu nganggo méthode panalungtikan kualitatif deskriptif ku ngadamel wawancara dalem (*in depth interview*) sareng observasi langsung kondisi perusahaan PT. Toko Rumahan Indonesia.

Hasil panalungtikan éta nunjukkeun yén strategi anu dipilih nyaéta strategi SO, di mana strategi éta menitikeun ka ngagunakeun kékuatan dina lingkungan internalna sarta ngagunakeun peluang anu aya. Naha ku méthode 7C (Konteks, Kontén, Kustomisasi, Komunitas, Komunikasi, Koneksi, Komérs), tiasa dilakukeun peningkatan dumasar kana pamabentukan atanapi perbaikan program sareng kagiatan nu aya dina unggal unsur éta.

Kata Kunci: Strategi bauran pamasaran digital, Analisis Pasar, Analisis SWOT, 7C, Strategi pamasaran digital, Strategi pamasaran, Strategi pasar, Nambah jumlah pangguna kana produk.