

Analisis strategi pemasaran growth hacking PT Bukalapak.com dalam menghadapi persaingan bisnis e-commerce di Indonesia = Analysis of the marketing strategy of growth hacking PT Bukalapak com in the face of e-commerce market competition in Indonesia

Gupta Ganesha Pertama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20445889&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas tentang penggunaan strategi growth hacking marketing pada perusahaan startup ecommerce PT bukalapak.com yang di dalamnya memaparkan penggunaan metode AARRR yakni Aquisition, Activation, Retention, Refferal dan Revenue pada strategi growth hacking marketing yang dilakukan PT. Bukalapak.com. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada 4 narasumber yang berasal dari jajaran staff bukalapak.com dan juga pengguna aktif ecommerce. Pengumpulan data juga dilengkapi dengan artikel jurnal, pemberitaan media, dan wawancara media lain yang terkait dengan penelitian ini. Penelitiian ini kemudian melakukan analisa mendalam mengenai implementasi strategi growth hacking pada perusahaan bukalapak.com. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT bukalapak.com telah berhasil menerapkan strategi growth hacking marketing sebagai salah satu strategi pemasaran untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan dalam waktu yang singkat. Melalui penelitian ini, penulis menyarankan bahwa perusahaan ecommerce PT Bukalapak.com perlu mengembangkan lagi strategi growth hacking marketing yang telah diterapkan sebelumnya. PT bukalapak.com perlu melakukan inovasi dan kreativitas pada strategi marketing yang dijalankan guna meraih posisi puncak sebagai perusahaan e-commerce terbaik di Indonesia.

ABSTRACT

This thesis discusses the use of growth hacking marketing strategies on ecommerce startup company PT bukalapak.com which involve the use of AARRR methods contains . Aquisition, Activation, Retention, Refferal and Revenue in terms of growth hacking marketing strategies being implemented by PT bukalapak. This study is a qualitative research with descriptive design. Data collecting were being held by gaining information from in depth interview with fiour infomant from PT Bukalapak staff and e commerce user. Other information also gained from journals, news article, and other interview by media related to this research. This research then analyse the implementation of growth hacking strategy at PT. Bukalapak.com. The results of this study showed that PT bukalapak.com has successfully implemented growth hacking marketing strategy as a marketing strategy to boost growth in a short time. Through this research, the authors suggest that the e commerce company PT Bukalapak.com need to develop their growth hacking marketing strategy that have been previously applied. PT bukalapak.com need to boost innovation and creativity in marketing strategies in order to achieve the top position as the best e commerce company in Indonesia.