

Perumusan Strategi Pemasaran Digital pada Perusahaan Startup: Studi Kasus getdiskon.com PT Inovasi Teknologi Kreatif = Digital Marketing Strategy Formulation on Startup Company: A Case Study of getdiskon.com PT Inovasi Teknologi Kreatif

Rolando, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20497032&lokasi=lokal>

Abstrak

Get Diskon merupakan sebuah perusahaan *startup* yang memiliki masalah dengan pemasaran digitalnya. Salah satu penyebabnya ialah tidak adanya strategi pemasaran digital. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk merumuskan strategi pemasaran digital yang cocok bagi Get Diskon. Strategi pemasaran digital dibentuk dengan kerangka SOSTAC. Penelitian ini menganalisis situasi bisnis dan pemasaran digital Get Diskon, membentuk target, mengembangkan strategi, dan merincikan strategi ke dalam bentuk taktik. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah dokumen strategi pemasaran digital yang terdiri dari 4 target, 7 strategi, dan 17 taktik yang disusun sesuai dengan prioritas pelaksanaan.

Get Diskon is a startup company struggling with their digital marketing outcomes. Apparently, this was caused by the absence of digital marketing strategy in their marketing operation. So, this research is conducted to formulate a digital marketing strategy for Get Diskon. The strategy is formed based on SOSTAC framework. This research will analyze Get Diskon's business and digital marketing situation, form objectives, develop strategies, and detailing strategies into tactics. The result of this research is a digital marketing strategy document consists of 4 targets, 7 strategies, and 17 tactics which is arranged in implementation priorities order.