

# Kapasitas dan Aplikasi Pemasaran Digital dalam Bisnis Properti di Indonesia: Kasus PT Adhi Persada Properti = The Capacity and Application of Digital Marketing in The Property Businesses in Indonesia: A Case of PT Adhi Persada Properti

Fahira Ananda Ferry, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20506453&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Fokus dari penelitian ini kapasitas dan aplikasi pemasaran digital di PT Adhi Persada Properti sebagai bagian dari bisnis properti di Indonesia dan Badan Usaha Milik Negara. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami fungsi, implementasi, dan parameter pemasaran digital di perusahaan. Melalui penelitian ini, perusahaan dapat memahami masalah sebenarnya mengenai implementasi pemasaran digital dan bagaimana memecahkannya. Penelitian ini adalah kualitatif eksploratif dan menggunakan studi kasus PT Adhi Persada Properti. Data dikumpulkan menggunakan wawancara mendalam. Partisipan dari penelitian ini adalah para karyawan dari kantor pusat dan proyek, The Padmayana dan Grand Taman Melati Margonda 2. Peneliti menyarankan agar perusahaan menggunakan agensi digital untuk membantu mereka dengan pemasaran digital karena masalah datang dari pengetahuan karyawan.

The focus of this study is the capacity and application of digital marketing in PT Adhi Persada Properti as one of the property businesses in Indonesia and part of State-Owned Enterprises. The purpose of this study is to understand the function, implementation, and parameter of digital marketing in the company. By this research, the company can understand the real problem regarding the digital marketing implementation and how to solve it. This research is qualitative exploratory and uses the case study of PT Adhi Persada Properti. The data were collected using an in-depth interview. The participants of this research are the employees from the headquarter and the projects, The Padmayana and Grand Taman Melati Margonda 2. The researcher suggests that the company uses the digital agency to help them with digital marketing implementation as the problem comes from the knowledge of the employees.