

Analisis Spasial Hubungan Bauran Pemasaran dari Venture Builder Ecoxyztem dengan Cyber Geography = Spatial Analysis of Marketing Mix Relations from Ecoxyztem Venture Builder with Cyber Geography

Anindya Pratisamara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920527981&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi melaju dengan sangat cepat yang menyebabkan pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat. Chenoweth (2008) menyatakan bahwa berbagai ide baru yang diciptakan perusahaan startup mengendalikan bisnis elektronik dunia. Dibutuhkan suatu fasilitator yang dapat membantu startup tersebut menunjang aspek-aspek (seperti kebutuhan pasar dan pendanaan) bisnis. Salah satu contohnya adalah venture builder. Penelitian ini akan membahas bauran pemasaran dari layanan daring dari Ecoxyztem, venture builder Indonesia yang bergerak di isu lingkungan dan perubahan iklim atau teknologi iklim (climate tech) yang telah mendapatkan pendanaan dari beberapa investor lokal dan global, yaitu Instagram dan situs web (website). Bauran pemasaran yang dianalisis dengan lima aspek pemasaran internet (produk, harga, tempat, promosi, dan personalisasi) ini akan dihubungkan dengan aspek cyber geography yang dilihat dari aspek akses, navigasi, aktivitas informasi, dan augmentasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan wawancara semi-terstruktur sebagai metode pengumpulan data. Di mana informan merupakan target pasar dari Ecoxyztem, yaitu startup climate tech, investor, dan audiens Instagram dan situs web. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa bauran pemasaran memiliki hubungan dengan cyber geography, seperti aspek tempat dengan semua aspek cyber geography, produk dengan aktivitas informasi, dan personalisasi dengan navigasi dan augmentasi.

.....Technological developments accelerated very quickly which led to very rapid economic growth. Chenoweth (2008) states that various new ideas created by startup companies control the world's electronic business. A facilitator is needed who can help the startup support aspects (such as market needs and funding) of the business. One example is the venture builder. This research will discuss the marketing mix of online services from Ecoxyztem, an Indonesian venture builder working on environmental issues and climate change or climate technology which has received funding from several local and global investors, namely Instagram and websites. The marketing mix analyzed by the five aspects of internet marketing (product, price, place, promotion, and personalization) will be linked to cyber geography as seen from the aspects of access, navigation, information activity, and augmentation. This study used a descriptive qualitative method with semi-structured interviews as a data collection method. Where informants are the target market for Ecoxyztem, namely climate tech startups, investors, and the Instagram/websites audiences. The results of this study explain that the marketing mix has relationship with cyber geography because the aspects in it have similarities, such as aspects of place with all the aspects of cyber geography, product with information activity, and personalization with navigation and augmentation.