

## ABSTRAK

Pada zaman modern seperti sekarang ini teknologi transportasi semakin memudahkan masyarakat. Transportasi bisa didapat hanya dengan genggam tangan melalui aplikasi yang ada di ponsel pintar, dan pengguna akan dijemput pada titik dimana dia berada dan akan diantar ke tempat tujuan yang sudah ditentukan. Salah satu perusahaan yang bermain di industri jasa layanan transportasi berbasis aplikasi ialah merek Gaspol Jek. Perusahaan ini lahir di kota Depok, Jawa Barat pada tahun 2019. Sudah hampir 3 tahun berdiri kesadaran merek Gaspol Jek sangatlah rendah, bahkan beberapa masyarakat kota Depok yang berlokasi dekat kantor perusahaan, tidak mengetahui adanya merek tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah membantu merek tersebut dalam menyusun rencana pemasaran yang tepat dan efektif untuk diterapkan oleh manajemen perusahaan. Rencana pemasaran bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek agar calon konsumen mengenal Gaspol Jek dan diharapkan untuk mengguna jasa perusahaan. Desain penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari hasil wawancara dan observasi, sedangkan untuk data sekunder diperoleh melalui kajian literatur seperti buku pemasaran, strategi, metode penelitian, serta situs dan artikel internet yang dapat dipertanggungjawabkan keakurasiannya.

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan beberapa analisis seperti SWOT, analisis evaluasi faktor internal dan eksternal (EFE dan IFE), serta matriks strategi besar untuk merumuskan alternatif strategi yang tepat untuk Gaspol Jek. Hasil analisis menunjukkan bahwa Gaspol Jek berada pada posisi industri pertumbuhan pasar yang cepat. Strategi alternatif yang tepat digunakan oleh perusahaan, ialah melakukan penetrasi pasar dengan produk yang ada saat ini melalui usaha pemasaran yang agresif dan gencar.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini, penulis menyusun rekomendasi strategi dan taktik pemasaran dengan menggunakan serangkaian landasan teori seperti, segmentasi, target, pemosisian dan komunikasi bauran pemasaran. Aksi dan implementasi dilakukan dengan penerapan komunikasi baruan pemasaran melalui mode periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, pemasaran daring dan media sosial dan penjualan pribadi langsung. Semua dikemas dalam rencana pemasaran ini untuk dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesadaran merek Gaspol Jek.

**Kata Kunci** : rencana pemasaran, ojek *online*, Gaspol Jek, PT Gaspol Angkasa Surya, ojek daring

## ABSTRACT

*In this modern era, transportation technology makes it easier for people. Transportation can be obtained only with the palm of the hand through the application on the smartphone, and the user will be picked up where he is and will be escorted to the designated destination. One of the companies that play in the application-based transportation service industry is the Gaspol Jek. This company was born in the city of Depok, West Java in 2019. It has been almost 3 years since the existence of the Gaspol Jek brand awareness is very low, even some people in the city of Depok who are located near the company office, do not know about the brand.*

*The purpose of this research is to help the brand in developing an appropriate and effective marketing plan to be implemented by the company's management. The marketing plan aims to increase brand awareness so that potential consumers know Gaspol Jek and are expected to use the company's services. This research design uses a descriptive method with a qualitative approach. The data sources used are primary data and secondary data. Primary data is obtained from interviews and observations, while secondary data is obtained through literature reviews such as marketing books, strategies, research methods, as well as internet sites and articles that can be accounted for for accuracy.*

*In conducting the research, the author uses several analyzes such as SWOT, evaluation analysis of internal and external factors (EFE and IFE), as well as a grand strategy matrix to formulate an appropriate alternative strategy for Gaspol Jek. The results of the analysis show that Gaspol Jek is in the position of a fast-growing market industry. The right alternative strategy used by the company is to market penetration with existing products through aggressive and intensive marketing efforts.*

*The results obtained from this study, the authors develop recommendations for marketing strategies and tactics using a series of theoretical foundations such as segmentation, targeting, positioning and marketing mix communication. Action and implementation is carried out by implementing new marketing communications through advertising modes, sales promotions, events and experiences, online marketing and social media and direct personal selling. All are packaged in this marketing plan to be able to contribute in increasing brand awareness of Gaspol Jek.*

**Key Word :** Marketing plan, online motorcycle taxi, Gaspol Jek, PT Gaspol Angkasa Surya