

ABSTRAKSI

I Yoga Sudharma

12/332640/SV/01355

Analisis Strategi *Digital Marketing* Brodo

2015. 135 halaman

Penelitian ini membahas mengenai strategi *digital marketing* yang dilakukan oleh Brodo. Brodo merupakan salahsatu perusahaan *startup fashion e-commerce* yang meraih sukses dalam meraup penjualan. Brodo melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan berfokus pada pemasaran digital / online, kegiatan *digital marketing* Brodo berpusat pada website www.bro.do.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara dan observasi secara *online*. Narasumber dalam pengambilan data yaitu Bapak Yukka Herlanda selaku *founder* dan CEO Brodo dan Ibu Meirna Utami Hapsari selaku *digital marketing manager* Brodo. Serta melakukan observasi pada website resmi www.bro.do dan media lainnya yang mendukung penulisan Tugas Akhir ini. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisa STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*), analisa *Marketing Mix*, dan analisa bauran promosi pemasaran digital.

Berdasarkan hasil penelitian, Brodo melibatkan peran *digital* mulai dari penentuan STP pasar, *marketing mix* perusahaan, serta bauran promosi pemasaran dalam hampir seluruh kegiatan pemasaran dan penjualan Brodo. Brodo memasarkan produknya secara online dengan melakukan optimalisasi *digital marketing tools* secara terintegrasi. Penggunaan media digital membantu Brodo dalam menjalankan fungsi pemasaran secara efektif dan efesien.

Kata kunci : *Digital Marketing*, STP, *Marketing Mix*, Bauran promosi pemasaran. *E-commerce*.

ABSTRACT

I Yoga Sudharma

12/332640/SV/01355

The Analysis Digital Marketing Strategy of Brodo

2015. 135 pages

This research was performed to know about the digital marketing strategy of Brodo. Brodo is a fashion e-commerce startup succes in online sales and rechieved many award in creative and digital industry. Brodo do marketing and sales activities focused on digital marketing, all the Brodo digital marketing activities centered in www.bro.do .

Interview and online observation were used as the reasearch's methods. The informant as research's resourch are Mr. Yukka Herlanda as founder and the CEO of Brodo and Mrs. Meirna Utami Hapsari as digital marketing manager of Brodo. And also do observation on Brodo official website www.bro.do and another media that support the reasearch. This research used the method analysis of STP (segmenting, targeting, positioning), Marketing mix analysis, and promotion mix of digital marketing.

Base on the research's results, Brodo used the power of digital marketing start of the selecting market STP, the compay's marketing mix, and the promotion mix in almost marketing and sales activities. Brodo selling the product via online by optmizing the integrated of digital marketing tools. Digital or online media help Brodo to effective and effesien in marketing activities.

Keywords : Digital Marketing, Marketing Mix, STP, Promotion Mix, E-Commerce