

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| PRAKATA | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 4 |
| 1.3. Tujuan Tugas Akhir | 4 |
| 1.4. Kontribusi Tugas Akhir | 4 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | 5 |
| 2.1. Digitalisasi Pemasaran | 5 |
| 2.2. Tokopedia | 5 |
| 2.3. <i>Google My Business</i> | 6 |
| 2.4. Metode SOSTAC | 6 |
| 2.5. Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.6. Kerangka Penelitian | 10 |
| 2.6.1. Pengumpulan Data | 10 |
| 2.6.2. Tahap Analisis | 11 |
| 2.6.3. Tahap Akhir | 13 |
| BAB III. METODE TUGAS AKHIR | 14 |
| 3.1. Tempat dan Waktu penelitian | 14 |
| 3.2. Jenis Penelitian | 14 |
| 3.3. Sumber Data | 14 |
| 3.4. Analisis Data | 14 |
| BAB IV. DESAIN DAN SISTEM | 16 |
| 4.1. Keadaan Umum Objek Penelitian | 16 |
| 4.2. Keadaan Awal sistem | 16 |
| 4.2.1. Tokopedia | 16 |
| 4.2.2. <i>Google My Business</i> | 17 |
| 4.3. Proses Penyusunan Desain | 17 |
| BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN | 18 |
| 5.1. Hasil Penelitian | 18 |
| 5.1.1. Analisis SWOT | 18 |

| | | |
|-----------------------------|--|-----------|
| 5.1.2. | <i>Goal</i> dari Perusahaan | 18 |
| 5.1.3. | Strategi | 19 |
| 5.1.4. | Taktik | 20 |
| 5.1.5. | <i>Action</i> dan <i>Control</i> | 20 |
| 5.2. | Pembahasan | 21 |
| 5.2.1. | Melakukan <i>branding</i> secara <i>digital</i> | 21 |
| 5.2.2. | Menciptakan <i>positioning</i> konsumen | 21 |
| 5.2.3. | Survei karyawan Milenial dan Gen Z terkait konten yang disukai | 21 |
| 5.2.4. | Menerapkan pemasaran digital kepada konsumen..... | 22 |
| 5.2.5. | Menciptakan diferensiasi dengan kompetitor secara <i>digital</i> | 22 |
| 5.2.6. | Membentuk divisi digital marketing | 22 |
| 5.2.7. | Merancang <i>platform</i> sosial media Instagram | 22 |
| BAB VI. | KESIMPULAN DAN SARAN | 23 |
| 6.1. | Kesimpulan..... | 23 |
| 6.2. | Saran..... | 25 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 26 |
| LAMPIRAN..... | | 27 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.5.1 Penelitian Terdahulu | 9 |
| Tabel 5.1.1 Hasil analisis SWOT | 18 |
| Tabel 5.1.2 Hasil strategi | 19 |
| Tabel 5.1.3 Hasil Taktik | 20 |
| Tabel 5.1.4 Rencana Pemasaran Digital..... | 20 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Penjualan Tokopedia | 2 |
| Gambar 1.2 Penjualan Tokopedia | 2 |
| Gambar 1.3 Panggilan telepon melalui <i>Google</i> | 2 |
| Gambar 1.4 Pesan melalui <i>Google</i> | 3 |
| Gambar 1.5 Jumlah Klik Rute pada <i>Google</i> | 3 |
| Gambar 1.6 Jumlah Klik pada <i>Website</i> | 3 |
| Gambar 1.7 Data Penjualan periode Januari – April 2023 | 4 |
| Gambar 2.4.1 Metode SOSTAC | 7 |
| Gambar 2.6.1 kerangka Penelitian | 10 |
| Gambar 2.6.2 <i>SWOT Matrix Framework</i> | 12 |
| Gambar 4.3.1 Proses Penyusunan Desain pada Perusahaan | 12 |