

## ABSTRAK

Tih Sio Lih. *Penyusunan Rencana Pemasaran Digital melalui Google dan Tokopedia dengan metode SOSTAC. Studi Kasus pada PT. Buana Rantai Berkat Abadi.* Dibimbing oleh Bapak Binsar Sihombing, S.E., M.Si. dan Bapak Bilson Pandiangan, S.Si., M.M.

Pemasaran digital telah menjadi komponen penting dalam strategi bisnis perusahaan modern, terutama dengan berkembangnya teknologi dan akses mudah ke platform online. Skripsi ini bertujuan untuk menyusun rencana pemasaran digital yang efektif menggunakan platform Google dan Tokopedia dengan menerapkan pendekatan metodologi SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*). Studi kasus dilakukan pada PT. Buana Rantai Berkat Abadi, sebuah perusahaan distributor produk *Mechanical Power Transmission*. Pada tahap Situasi, analisis lingkungan internal dan eksternal dengan analisis SWOT dilakukan untuk memahami posisi perusahaan dipasar dan mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Hasil analisis menjadi acuan untuk menetapkan Tujuan/*Goal* dari perusahaan kedepannya yang dijelaskan pada tahap *Objectives*. Selanjutnya strategi pemasaran digital diformulasikan pada tahap *Strategy* dengan melihat hasil analisis SWOT yaitu metode penggabungan strategi kekuatan-kesempatan, kekuatan-ancaman, kelemahan-kesempatan, kelemahan-kesempatan. *Tactics* akan menunjukkan apa saja yang perlu dilakukan oleh perusahaan untuk melaksanakan strategi. *Action* pada skripsi ini dideskripsikan dengan tindakan apa saja yang bisa dilakukan oleh perusahaan, salah satunya dengan menciptakan sebuah divisi baru yang berfokus pada pemasaran digital. Kemudian pada tahap *Control* berisikan tolak ukur keberhasilan dari setiap kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara pada pemilik dari perusahaan dan observasi secara langsung. Hasil wawancara tersebut adalah hasil analisis SWOT dan *Goal* yang akan dicapai perusahaan kedepannya. Segmentasi yang disarankan oleh peneliti adalah pabrik kelapa sawit seluruh Indonesia dengan *positioning* menjadi ahli dalam bidang *Mechanical Power Transmission*. Kemudian rencana pemasaran sudah disesuaikan dengan hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti yang tertera pada bagian *Action* dan *Control*.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Rencana Pemasaran, SOSTAC.

## ABSTRACT

Tih Sio Lih. *Penyusunan Rencana Pemasaran Digital melalui Google dan Tokopedia dengan metode SOSTAC. Studi Kasus pada PT. Buana Rantai Berkat Abadi.* Supervised by Mr. Binsar Sihombing, S.E., M.Si. and Mr. Bilson Pandiangan, S.Si., M.M.

*Digital marketing has become an important component in the business strategy of modern companies, especially with the development of technology and easy access to online platforms. This thesis aims to develop an effective digital marketing plan using the Google and Tokopedia platforms by applying the SOSTAC methodology approach (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control). The case study was conducted at PT. Buana Chain Berkat Abadi, a distributor company for Mechanical Power Transmission products. At the Situation stage, internal and external environmental analysis with SWOT analysis is carried out to understand the company's position in the market and determine the opportunities and threats faced by the company. The results of the analysis become a reference for determining the company's future aims/goals which are explained at the Objectives stage. Next, the digital marketing strategy is formulated at the Strategy stage by looking at the results of the SWOT analysis, namely the strategy method of combining strengths-opportunities, strengths-threats, weaknesses-opportunities, weaknesses-opportunities. Tactics will show what the company needs to do to implement the strategy. Action in this thesis are described by what actions the company can take, one of which is creating a new division that focuses on digital marketing. Then the Control stage contains benchmarks for the success of each activity to be carried out by the company.*

*Researchers used qualitative methods with interview techniques with company owners and direct observation. The results of the interview are the results of the SWOT analysis and goals that the company will achieve in the future. The segmentation suggested by researchers is palm oil mills throughout Indonesia with positioning as experts in the field of Mechanical Power Transmission. Then the marketing plan has been adjusted to the results of the interviews obtained by the researchers which are listed in the Action and Control sections.*

*Keywords: Digital Marketing, Marketing Plan, SOSTAC.*