



## RINGKASAN

DEFI WISNU ADI. Analisis *Digital Marketing* dalam Membangun *Brand Awareness* Madu Mutiara pada CV. Madu Apiari Mutiara. *Digital Marketing Analysis in building Brand Awareness of Madu Mutiara at CV. Madu Apiari Mutiara*. Dibimbing oleh INTANI DEWI.

Indonesia diyakini sebagai *center of origin* dari lebah madu, dimana enam dari tujuh spesies lebah madu di seluruh dunia ditemukan di Indonesia Dengan beragamnya produk perlebahan yang dihasilkan serta tingginya nilai ekonomis yang dimiliki, lebah madu primadona untuk dikembangkan dikalangan masyarakat. Nyatanya, dengan potensi pengembangan madu yang dimiliki Indonesia, produksi madu nasional belum mampu memenuhi kebutuhan pasar, walaupun tingkat konsumsi madu nasional terhitung rendah. Seiring berjalannya waktu, meningkatnya permintaan madu dikalangan konsumen karena meningkatnya gaya hidup sehat serta kondisi pandemi yang terjadi saat ini, menjadikan industri madu di Indonesia sebagai salah satu industri paling prospektif dengan pangsa pasar yang besar. Kuatnya positioning perusahaan besar dalam industri serta meningkatnya daya saing antar produsen menyebabkan rendahnya kesadaran konsumen terhadap berbagai produk madu yang belum memilikinya posisi yang kuat dipasaran. *Brand awareness* memiliki andil besar dimana merupakan fase awal konsumen mengenal dan mengingat sebuah merek. *Digital marketing* merupakan salah satu media yang dapat dimanfaatkan perusahaan dalam membangun *brand awareness*, dimana aktivitas ini memanfaatkan tersedianya teknologi dalam menyebarkan informasi kepada audiens. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya merupakan peluang bagi perusahaan dalam melakukan publikasi yang ditujukan untuk meningkatkan eksistensi perusahaan, kesadaran merek serta menguatkan posisi produk dalam benak konsumen.

Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis adalah merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis SWOT dengan mengidentifikasi dan menganalisis efektivitas strategi *digital marketing* serta merumuskan dan mengkaji kelayakan solusi alternatif strategi *digital marketing* secara finansial dan non-finansial. Penilaian efektivitas strategi *digital marketing* dilakukan melalui kuisisioner yang disebar kepada responden, dimana perumusan solusi alternatif menggunakan pendekatan campuran dengan bantuan kerangka bauran pemasaran 4C dan analisis piramida *brand awareness*. Dalam menilai kelayakan solusi alternatif menggunakan analisis laba rugi serta analisis *R/C ratio*.

Pengembangan kajian bisnis ini dilakukan pada CV. Madu Apiari Mutiara. CV. Madu Apiari Mutiara sendiri merupakan produsen yang bergerak dalam industri pengolahan dan pemasaran madu, dengan memproduksi berbagai produk madu murni, madu formula serta produk turunan madu. Analisis *digital marketing* dalam membangun *brand awareness* Madu Mutiara pada CV. Madu Apiari Mutiara dilakukan dengan meminimalisir kelemahan serta memanfaatkan peluang yang tersedia. Kelemahan yang dapat diminimalisir meliputi perusahaan cenderung pasif dalam memanfaatkan teknologi yang tersedia untuk memaksimalkan aktivitas *digital marketing*, fokus pemasaran produk Madu Mutiara masih terkonsentrasi di wilayah Jabodetabek serta tumpang tindihnya tanggung jawab karyawan dalam pekerjaan. Sementara, peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi perencanaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan artikel atau tinjauan suktu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



program gerakan minum madu oleh pemerintah, meningkatnya konsumsi madu dan *brand* gaya hidup sehat di kalangan masyarakat, berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi yang menunjang aktivitas *digital marketing* serta meningkatnya penetrasi jumlah pengguna internet di Indonesia. Analisis mengenai aktivitas *digital marketing* dalam membangun *brand awareness* ditujukan untuk menilai seberapa efektif strategi *digital marketing* yang telah CV. Madu Apiari Mutiara lakukan dalam rangka meningkatkan kesadaran merek dari Madu Mutiara.

Perumusan solusi alternatif lanjutan terkait pengembangan bisnis yang ditujukan membangun *brand awareness* Madu Mutiara melalui bauran pemasaran *R/C* dinyatakan layak. Rumusan perencanaan finansial pada pengembangan bisnis ini dapat meningkatkan pendapatan yang ditunjukkan hasil nilai *R/C ratio* setelah pengembangan bisnis *R/C ratio* diperoleh sebesar 1,78 (>1 layak) menghasilkan keuntungan tambahan sebesar Rp1.252.680.407,58 berdasarkan hasil analisis sahatani pada laporan laba rugi.

Kata kunci: CV. Madu Apiari Mutiara, analisis SWOT, *digital marketing*, *brand awareness*, bauran pemasaran.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

