

## ABSTRAK

### STRATEGI PEMASARAN DIGITAL POWERACE PADA PT. DHARMA POLIMETAL 2021 - 2023

PowerAce adalah salah satu unit bisnis dari PT. Dharma Polimetal yang mulai di bangun pada tahun 2019 di bidang otomotif, terkhususnya memproduksi motor roda tiga. Pada tahun 2021, PowerAce meluncurkan produknya dengan tiga varian utama yaitu, Regular, *Multi Purpose* dan Box. Dalam penjualan produknya, sampai saat ini PowerAce bekerjasama dengan beberapa *dealership* dan bengkel di beberapa area di Jabodetabek. Selain itu juga PowerAce hadir di beberapa *platform digital* seperti website, akun media sosialnya seperti *Facebook Page*, *Instagram*, dan terakhir adalah *Youtube*. Namun PowerAce masih belum memiliki penjualan hingga *end user*, padahal melihat kemajuan teknologi sudah semakin berkembang dan dapat dijadikan peluang juga bagi PowerAce untuk menjadi sarana dalam pemasaran produknya. Hal ini dikarenakan PowerAce juga merupakan pemain baru diantara produksi motor roda tiga lainnya, sehingga belum memiliki *awareness* yang cukup dari *customer*. Oleh karena itu, melihat dari situasi yang tengah dihadapi PowerAce mengenai belum optimalnya penggunaan media digital dalam pemasarannya, pembahasan pada tesis ini terbatas pada strategi digital yang efektif untuk PowerAce. Sehingga disusunlah tesis yang berjudul “Strategi Pemasaran Digital PowerAce di PT. Dharma Polimetal pada tahun 2021 - 2023”.

#### **Kata kunci :**

Digital, Strategi, Marketing, Strategi Digital Marketing, *Awareness*