

# DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penulisan.....	7
1.4 Ruang Lingkup.....	8
1.5 Manfaat.....	8
1.5.1 Manfaat bagi Gudang-Sport.com.....	8
1.5.2 Manfaat bagi Institusi Pendidikan.....	8
1.5.3 Manfaat bagi Peneliti.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pemasaran.....	10
2.2 Strategi Pemasaran.....	10
2.3 <i>Digital Marketing</i> .....	11
2.4 <i>The Situation Analysis for Digital Marketing</i> .....	15
2.5 <i>Effectiveness and Objective</i> .....	17
2.6 Implementasi dan Praktek.....	17
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	19

3.1 Kerangka Analisis.....	19
3.2 Desain Penelitian.....	20
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	20
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	21
<b>BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>23</b>
4.1 Profil Perusahaan.....	23
4.2 Visi, Misi, Nilai dan Sasaran Organisasi.....	23
4.3 Produk.....	24
4.4 Ruang Lingkup Bisnis.....	24
4.5 Struktur Organisasi.....	24
4.6 Proses bisnis perusahaan dan unit kerja yang dievaluasi.....	25
<b>BAB V. ANALISIS SITUASI.....</b>	<b>26</b>
5.1 <i>Digital Marketing Strategy</i> Gudang-Sport.com.....	26
5.2 <i>Digital Consumer Behaviour</i> Gudang-Sport.com.....	37
5.3 <i>Online Marketing Intermediaries</i> Gudang-Sport.com.....	44
5.4 <i>Competitor Analysis</i> .....	44
5.5 <i>SWOT Analysis</i> .....	45
<b>BAB VI. STRATEGI <i>MULTICHANNEL MARKETING</i>.....</b>	<b>46</b>
6.1 <i>Objective</i> Tahun 2020.....	46
6.2 <i>Multichannel Marketing Strategy Formulation</i> Tahun 2020.....	46
6.3 <i>Multichannel Marketing Strategy Implementation</i> Tahun 2020.....	48
6.3.1 <i>Social Media Marketing</i> .....	48
6.3.2 <i>Online Marketing Intermediaries</i> .....	58
<b>BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
7.1 Kesimpulan.....	59
7.2 Saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Statistik Populasi dan Pengguna Internet di Dunia.....	3
Tabel 1.2 Peringkat 5 Teratas Statistik Populasi, Pengguna Internet dan Facebook di Asia....	3
Tabel 2.1 Elemen Utama <i>Promotional Mix</i> .....	11
Tabel 3.1 Narasumber Konsumen Gudang-Sport.com.....	21
Tabel 5.1 Kata Kunci Teratas Kategori Sneakers & Sepatu Olahraga pada Tokopedia.com..	30
Tabel 5.2 Kata Kunci dan Frase Teratas pada Gudang-Sport.com.....	31
Tabel 5.3 Karakteristik Narasumber Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 5.4 Karakteristik Narasumber Pria berdasarkan Usia.....	37
Tabel 5.5 Karakteristik Narasumber Pria berdasarkan Kesukaan.....	37
Tabel 5.6 Sumber Informasi Narasumber Pria Tentang Gudang-Sport.com.....	38
Tabel 5.7 Faktor Belanja Narasumber Pria di Gudang-Sport.com.....	38
Tabel 5.8 Pembelian Perlengkapan Olahraga Narasumber Pria dalam Sebulan.....	39
Tabel 5.9 Saran Promosi dari Narasumber Pria.....	39
Tabel 5.10 Karakteristik Narasumber Wanita berdasarkan Usia.....	39
Tabel 5.11 Karakteristik Narasumber Wanita berdasarkan Kesukaan.....	40
Tabel 5.12 Sumber Informasi Narasumber Wanita Tentang Gudang-Sport.com.....	40
Tabel 5.13 Faktor Belanja Narasumber Wanita di Gudang-Sport.com.....	41
Tabel 5.14 Pembelian Perlengkapan Olahraga Narasumber Wanita dalam Sebulan.....	41
Tabel 5.15 Saran Promosi dari Narasumber Wanita.....	41
Tabel 5.16 <i>SWOT Analysis</i> .....	45
Tabel 6.1 Strategi <i>SO</i> .....	46
Tabel 6.2 Strategi <i>ST</i> .....	47
Tabel 6.3 Strategi <i>WO</i> .....	47
Tabel 6.4 Strategi <i>WT</i> .....	47
Tabel 6.5 Pemilihan Strategi Sesuai Kriteria Mutlak dan Kriteria Keinginan Pertama.....	48
Tabel 6.6 Pemilihan Strategi Sesuai Kriteria Mutlak dan Kriteria Keinginan Kedua.....	48

Tabel 6.7 Penjabaran Rencana Pemasaran Instagram Berdasarkan Waktu, Aktivitas, Estimasi Biaya, dan Target Akuisisi Pelanggan.....58

Tabel 6.8 Penjabaran Rencana Pemasaran *Online Intermediaries* Berdasarkan Waktu, Aktivitas, Estimasi Biaya, dan Target Akuisisi Pelanggan.....58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Resolusi Terpopuler Tahun 2019.....	1
Gambar 1.2 Frekuensi Pengguna Internet dan Waktu yang Digunakan Mengakses Media di Indonesia.....	4
Gambar 1.3 Persepsi Harga Jual Internet.....	4
Gambar 1.4 Grafik Penjualan Gudang-Sport.com Tahun 2016 – 2018.....	6
Gambar 1.5 Grafik Pertambahan Pembeli Baru dengan Transfer Tunai dan <i>Cash on Delivery (COD)</i> pada Gudang-Sport.com Tahun 2016 – 2018.....	6
Gambar 2.1 Perpotongan Tiga Jenis Utama Media <i>Online</i> .....	12
Gambar 2.2 Enam Kategori <i>E-communications Tools</i> atau <i>Media Channels</i> .....	13
Gambar 2.3 Cara <i>Digital Media</i> Dapat Berpengaruh Pada Proses Pembelian .....	16
Gambar 2.4 <i>SWOT Analysis</i> pada <i>Digital Channel</i> .....	17
Gambar 3.1 Kerangka Analisis.....	19
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi pada Gudang-Sport.com.....	24
Gambar 4.2 Bagan Proses Bisnis pada Gudang-Sport.com.....	25
Gambar 5.1 Bagan Proses Bisnis pada Gudang-Sport.com.....	27
Gambar 5.2 Analisa Kinerja Gudang-Sport.com melalui <i>Desktop</i> .....	28
Gambar 5.3 Analisa Kinerja Gudang-Sport.com melalui <i>Mobile Phone</i> .....	28
Gambar 5.4 <i>Online &amp; Offline Communication Channels</i> Gudang-Sport.com.....	29
Gambar 5.5 Tiga <i>Website</i> Teratas Halaman Pertama Dengan Frase “Sepatu <i>Running</i> ” .....	32
Gambar 5.6 Produk Gudang-Sport.com di <i>Shopee.co.id</i> .....	32
Gambar 5.7 Produk Gudang-Sport.com di <i>Tokopedia.com</i> .....	33
Gambar 5.8 <i>Interactive Display Advertising</i> Gudang-Sport.com di <i>Detik.com</i> .....	34
Gambar 5.9 <i>Interactive Display Advertising</i> Gudang-Sport.com di <i>Youtube.com</i> .....	34
Gambar 5.10 Produk Gudang-Sport.com di <i>OLX.co.id</i> .....	35
Gambar 5.11 Produk Gudang-Sport.com di <i>Kaskus.co.id</i> .....	35
Gambar 5.12 <i>Testimonial</i> Gudang-Sport.com di <i>Kaskus.co.id</i> .....	36
Gambar 5.13 <i>Regular E-newsletter Type</i> Gudang-Sport.com.....	36
Gambar 6.1 Estimasi Nilai Kualitas Penonton.....	49

Gambar 6.2 Tampilan Akun Instagram Gudang-Sport.com.....	51
Gambar 6.3 Tampilan Cuplikan Video Instagram Ads Gudang-Sport.com.....	52
Gambar 6.4 Tampilan Cuplikan Video Unboxing Akun @vinoassaad.....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Website</i> Resmi Gudang-Sport.com.....	64
Lampiran 2. Draft Pertanyaan Wawancara via Email.....	66
Lampiran 3. Transkrip Pertanyaan Dan Jawaban Wawancara via Email.....	68
Lampiran 4. Percakapan Biaya untuk <i>Influencer Marketing</i> .....	87