

## **ABSTRACT**

*Title: Implementation of Digital marketing for food packaging machine PT.*

*Gemilang bersama mesindo (gemindo) during the covid-19 pandemic.*

*Name: KEVIN MARCELLINO DERMAWAN – 11180040*

*Study Program: Entrepreneurship*

*The development of food packaging machines is very rapid until today, so it requires the right strategy in marketing it. As time goes by, various companies compete to market their food packaging machines products in an attractive way to get the attention of their consumers. The company used in this research is GEMINDO which is the main key in formulating a marketing strategy to be the most important thing in this company because as a determinant to be able to sell goods in the form of food packaging machine products as much as possible and attract the attention of consumers to find out whether the marketing strategy that has been implemented by GEMINDO successful or not. This research must also be carried out to provide insight and marketing knowledge from GEMINDO to market food packaging machine products, especially during the Covid-19 pandemic so that GEMINDO can maintain the company and carry out marketing strategy activities for food packaging machine products during the pandemic. This study uses a descriptive qualitative method that relies on data collection and is carried out using various analytical techniques. The analysis used is sourced from primary and secondary data, followed by data collection methods and validating data. The end step is using data reduction, data presentation, and discussion were carried out to conclude the overall core correctly and tested. The analytical technique used will obtain information about the marketing strategy of GEMINDO's food packaging machine products in an interesting way that uses a series of qualitative methods and their complements. The final result is the creation of a new theme with answers that have been filtered and processed and using the theories that have been included to obtain maximum results.*

*Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix 4P, Digital Marketing, Social Media Marketing, Covid-19 Pandemic.*

## ABSTRAK

Judul: Implementasi pemasaran digital mesin *packaging* makanan PT. Gemilang bersama mesindo (gemindo) di saat pandemi *covid-19*.

Nama: KEVIN MARCELLINO DERMAWAN-11180040

Program Studi: Entrepreneurship

Perkembangan dalam mesin *packaging* makanan sangat pesat hingga zaman ini sehingga membutuhkan strategi yang tepat dalam memasarkannya dan membuat berbagai macam perusahaan untuk berlomba-lomba memasarkan produk mesin *packaging* makanan mereka dengan menarik untuk mendapatkan perhatian dari para konsumennya. Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah GEMINDO yang kunci utama dalam menyusun strategi pemasaran menjadi hal terpenting dalam perusahaan ini dikarenakan sebagai penentu untuk dapat menjual barang berupa produk mesin *packaging* makanan sebanyak-banyaknya dan banyak menarik perhatian konsumen supaya mengetahui apakah strategi pemasaran yang sudah diterapkan GEMINDO berhasil atau tidak. Penelitian ini dilakukan untuk memberi wawasan dan ilmu *marketing* dari GEMINDO untuk memasarkan mesin kemasan makanan terutama disaat pandemi *covid-19* supaya GEMINDO dapat mempertahankan perusahaan dan melakukan kegiatan strategi pemasaran produk mesin kemasan makanan di saat pandemi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif naratif yang memfokuskan pada studi kasus tunggal GEMINDO dengan mewawancarai petinggi dari GEMINDO. Analisis yang digunakan bersumber dari data primer dan sekunder dilanjutkan dengan metode pengumpulan data dan melakukan keabsahan data. Setelah itu dilakukan reduksi data, penyajian data, dan pembahasan untuk menyimpulkan inti keseluruhan dengan benar dan teruji. Teknik analisis yang digunakan ini akan memperoleh informasi tentang strategi pemasaran produk mesin *packaging* makanan GEMINDO dengan menarik yang menggunakan serangkaian metode kualitatif beserta pelengkapannya. Hasil akhir berupa pembuatan tema baru dengan jawaban yang sudah disaring dan diolah serta menggunakan teori yang sudah dicantumkan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Marketing Mix 4P*, *Digital Marketing*, *Social Media Marketing*, Pandemi *Covid-19*