

**PENGUNAAN *DIGITAL MARKETING* MELALUI *MARKETPLACE*
SHOPEE DAN TOKOPEDIA DALAM MENINGKATKAN *BRAND*
AWARENESS PRODUK CV ASIA ELECTRINDO**

Lowrenza Saputra
Manajemen Pemasaran
Dudi Anandya
Freddy Mutiara

ABSTRAK

Laporan magang ini memiliki tujuan untuk mengetahui penggunaan *marketplace* dalam meningkatkan *brand awareness* produk CV Asia Electrindo. Perusahaan semenjak didirikan hingga tahun 2022, selalu menggunakan pemasaran bisnis *to* bisnis (B2B). Cara pemasaran tersebut jika digunakan di zaman sekarang pasti akan kalah saing dengan perusahaan yang lain, maka perusahaan ingin mengembangkan pemasaran melalui *marketplace*. *Marketplace* yang digunakan untuk promosi yaitu Shopee dan Tokopedia, harapan perusahaan dengan melakukan promosi melalui Shopee dan Tokopedia, dapat meningkatkan rasa ingin tahu calon pembeli terhadap produk yang dimiliki oleh CV Asia Electrindo. Dengan membuat halaman Shopee dan Tokopedia yang menarik agar mengundang calon pembeli untuk mengunjungi halaman Shopee dan Tokopedia CV Asia Electrindo serta melakukan promosi melalui Shopee dan Tokopedia ads dapat meningkatkan *brand awareness* terhadap produk CV Asia Electrindo.

Kata Kunci: *Marketplace, Brand Awareness, E-Commerce, Digital Marketing*

***THE USE OF DIGITAL MARKETING THROUGH THE SHOPEE AND
TOKOPEDIA MARKETPLACES TO INCREASE BRAND AWARENESS OF
CV ASIA ELECTRINDO PRODUCTS***

Lowrenza Saputra
Manajemen Pemasaran
Dudi Anandya
Freddy Mutiara

ABSTRACT

This internship report aims to find out the use of the marketplace in order to increase brand awareness of CV Asia Electrindo products. The company, since the time its founding until 2022, has always using business to business (B2B) marketing. If the company keep using B2B method, the company will definitely lose the against the other companies, so the company wants to develop marketing through the marketplace. The marketplaces are going to be used for promotions are Shopee and Tokopedia. The company hopes that by promoting through Shopee and Tokopedia, it can raises the curiosity of potential buyers about the products owned by CV Asia Electrindo to increase. By creating attractive Shopee and Tokopedia pages to invite potential buyers to visit the Shopee and Tokopedia pages of CV Asia Electrindo and carry out promotions through Shopee and Tokopedia ads can increase brand awareness of CV Asia Electrindo products.

Keywords: Marketplace, Brand Awareness, E-Commerce, Digital Marketing

