

ABSTRACT

Existing technology in Indonesia is increasingly developing, creating a lot of new startup companies or startups. Recorded from the results of the Ministry of Research, Technology and Higher Education, up to now more than 1000 startups in Indonesia are divided into their respective industries. In the advertising industry, StickEarn exists as a technology-based startup company that presents new innovations in advertising by utilizing increasingly crowded road conditions and the increasing number of online taxis can be used as an effective advertising medium, namely advertising on cars. The purpose of this research is to look at the promotional strategy conducted by StickEarn to maintain its existence because with increasingly fierce competition many startup companies end up out of business because they cannot find the right market and cannot maintain their existence. The main challenge for startup companies is to survive and move forward so that they can maintain their existence. Promotional strategies are needed by every company to be able to raise their awareness one of them by implementing better company regulations and also innovating in creating new products besides advertising on cars. The results of this study indicate that until now StickEarn is still in the development of promotional strategies conducted by StickEarn covering 360 marketing activities and making themselves as technology-based advertising media by bringing up many new products besides advertising on cars. In addition StickEarn can create value that is applied to all employees with the OKR system. StickEarn is also a startup company that can prove the effectiveness of advertising with valid data so that StickEarn is still developing to bring more products to advertise with new innovations that are more unique than competitors. This research was made with a case study research method with a qualitative approach.

Key Words : Advertising; Marketing; Promotion Strategic; Startup; Technology

ABSTRAK

Teknologi yang ada di Indonesia semakin lama semakin berkembang, membuat banyak bermunculan perusahaan rintisan baru atau startup. Dicatat dari hasil kemenristekdikti hingga saat ini sudah lebih dari 1000 startup yang ada di Indonesia yang dibagi kedalam industrinya masing-masing. Pada industri periklanan, SticKEarn hadir sebagai salah satu perusahaan startup berbasis teknologi yang menghadirkan inovasi baru dalam beriklan dengan memanfaatkan kondisi jalan yang semakin padat dan semakin banyaknya taxi online dapat dijadikan media periklanan yang efektif yaitu beriklan pada mobil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat strategi promosi yang dilakukan SticKEarn untuk mempertahankan eksistensinya karena dengan persaingan yang semakin ketat perusahaan startup pun banyak yang akhirnya gulung tikar karena tidak dapat menemukan pasar yang tepat dan tidak dapat mempertahankan eksistensinya. Tantangan bagi perusahaan startup yang utama adalah bertahan dan bergerak menjadi lebih maju agar dapat mempertahankan eksistensinya. Strategi promosi sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan untuk dapat menaikkan awareness mereka salah satunya dengan menerapkan regulasi perusahaan yang lebih baik dan juga berinovasi dalam menciptakan produk-produk baru selain beriklan pada mobil. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sampai dengan saat ini SticKEarn masih dalam perkembangan strategi promosi yang dilakukan SticKEarn meliputi kegiatan 360 marketing dan menjadikan diri mereka sebagai media periklanan berbasis teknologi dengan memunculkan banyak produk-produk baru selain beriklan pada mobil. Selain itu SticKEarn dapat menciptakan value yang diterapkan kepada seluruh karyawan dengan sistem OKR. SticKEarn pun merupakan perusahaan startup yang dapat membuktikan efektifitas beriklan dengan data yang valid sehingga SticKEarn masih terus berkembang untuk lebih menghadirkan banyak produk-produk tempat beriklan dengan inovasi baru yang lebih uni disbanding dengan kompetitor. Penelitian ini dibuat dengan metode penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif.

Kata Kunci : Periklanan; Pemasaran; Strategi Promosi; *Startup*; Teknologi