

ABSTRAK

Grow-ID adalah bisnis platform pemula di mana klien mengikuti prosedur langkah demi langkah untuk mengalihdayakan layanan bisnis mereka. Ini bertujuan untuk menghubungkan klien dengan penyedia layanan bisnis yang sempurna di seluruh cakupan layanan bisnis yang luas. Perusahaan memiliki rencana untuk memperluas pasarnya ke Jerman karena merupakan negara yang paling dekat dengan Belanda dan memiliki ekonomi yang besar dan kuat. Namun, dalam memperluas pasarnya ke Jerman, Grow-ID mengalami tantangan yang disebabkan oleh internal perusahaan seperti kurangnya strategi pemasaran dan terbatasnya pengetahuan tentang strategi masuk pasar internasional. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi dan memahami secara mendalam akar penyebab perjuangan Grow-ID untuk berkembang secara efektif dalam lanskap pemasaran internasional yang kompetitif dan dinamis untuk memperluas pasarnya ke Jerman.

Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan data sekunder melalui website pemerintah, jurnal dari data sebelumnya, dan data dari sumber lain. Pertama, peneliti menganalisis analisis eksternal seperti ukuran pasar, lingkungan makro dan mikro, analisis industri, analisis pesaing, dan analisis pelanggan. Selain itu, peneliti menganalisis internal perusahaan seperti SWOT, pengalaman eksternal, dan analisis VRIO. Hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan dapat berkolaborasi dan mendapatkan mitra untuk memasuki pasar Jerman melalui pameran dagang. Oleh karena itu, ada beberapa rekomendasi, yaitu menjaga kualitas layanan, menghadiri pameran dagang untuk mendapatkan mitra, dan meningkatkan kinerja media sosial.

Kata Kunci: masuk, pasar, pemasaran, strategi pemasaran

SEMARANG
FEB UNDIP