

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebuah panduan marketing strategy yang cocok untuk diaplikasikan ke salah satu perusahaan start-up investasi obligasi hijau di Belanda, Rooted. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan obligasi hijau mereka, dan juga brand awareness. Untuk menghasilkan sebuah strategi yang efektif, diperlukan rangkaian informasi yang lengkap dan komprehensif. Oleh karena itu, penulis mengumpulkan informasi selama masa internship pada perusahaan tersebut dan melakukan data gathering dengan cara mewawancarai Co-Founders dan Sales Manager Rooted. Hasil wawancara menunjukkan bahwa target pasar Rooted merupakan medium-sized B2B companies, dan memiliki concern pada bisnis kelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga menghasilkan sebuah strategi pemasaran yang efektif melalui platform iklan online dengan melakukan iklan yang berkelanjutan pada LinkedIn dan Google Adwords. Pada bagian rekomendasi, penulis juga memaparkan strategi dan langkah-langkah dan rincian tabel biaya yang harus dikeluarkan oleh Rooted untuk melakukan iklan dengan efektif di LinkedIn dan Google Adwords.

Kata kunci: pemasaran, obligasi hijau, strategi pemasaran, platform iklan online, obligasi, penjualan