

ABSTRAK

Apotek XYZ didirikan pada tahun 2017 dan menyediakan layanan Telefarmasi, Obat Bebas, dan Obat Resep (Termasuk: obat khusus resep berbasis cannabinoid untuk gangguan kesehatan kronis). Sejak Desember 2022, Apotek XYZ berfokus pada pengembangan kehadiran metaverse sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pemasaran dan menciptakan kesadaran di kalangan pelanggan. Dengan menggunakan data sekunder dan primer, laporan ini akan bermanfaat bagi perusahaan di masa depan karena menyusun strategi bagaimana membangun ruang metaverse untuk menjangkau dan mempresentasikan perkembangan dan proyek mereka kepada pelanggan.

Bab kedua menyajikan definisi dan konsep utama yang terkait dengan metaverse, pemasaran, saluran pemasaran, analisis SWOT, dan matriks pemasaran 4P. Konsep-konsep ini dapat membantu Apotek XYZ lebih memahami saluran metaverse dan pemasaran digital. Dalam Bab 3 studi ini, penggunaan metaverse sebagai saluran pemasaran Apotek XYZ dianalisis. Ini membahas temuan serta pendekatan dimana Apotek XYZ dapat memanfaatkan metaverse sebagai saluran pemasaran.

Selama penelitian, ditemukan bahwa masalah internal perusahaan berasal dari kurangnya strategi pemasaran dan sumber daya. Ini karena mereka masih menjajaki metaverse sebagai saluran pemasaran. Selain itu, terdapat beberapa ancaman eksternal yang akan dihadapi Apotek XYZ yang disebutkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dalam dua bab terakhir, peneliti memberikan beberapa rekomendasi dan perspektif yang dapat membantu perusahaan dalam mengatasi permasalahannya.

Kata Kunci: Saluran pemasaran digital, Kehadiran Metaverse, Apotek XYZ, Kurangnya strategi dan sumber daya pemasaran.