

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi strategi pemasaran PT Jatengland Industrial Park dalam menghadapi tantangan ekonomi global dan persaingan kawasan industri. Penelitian ini menguji faktor-faktor yang memengaruhi perumusan strategi, mengevaluasi efektivitas dalam menarik investor, dan memberikan rekomendasi perbaikan. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Jatengland menggunakan pendekatan bisnis ke bisnis (B2B), mengintegrasikan metode konvensional seperti pameran dan pertemuan langsung dengan pemasaran digital melalui situs web dan media sosial profesional. Faktor internal utama meliputi sumber daya manusia, anggaran, dan kebijakan perusahaan, sementara faktor eksternal melibatkan kondisi ekonomi, peraturan pemerintah, tren teknologi, dan perilaku investor. Studi ini juga menekankan peran inisiatif kawasan industri hijau yang berkelanjutan yang terus berkembang dalam menarik minat investor yang sadar lingkungan. Secara keseluruhan, kombinasi pemasaran digital dan konvensional, komunikasi yang disesuaikan untuk investor domestik dan asing, serta strategi adaptif telah meningkatkan kesadaran dan minat investor. Penguatan kehadiran digital, kapasitas sumber daya manusia, dan inisiatif keberlanjutan direkomendasikan untuk menjaga daya saing.

Kata Kunci: strategi pemasaran, kawasan industri, pemasaran B2B, perilaku investor, pemasaran digital, keberlanjutan