

Perencanaan strategi pemasaran sosial bersama stakeholders organisasi pada smile train Indonesia = Social marketing strategy planning together with organization stakeholders on smile train Indonesia

Anggara Yudha Zunivar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20465798&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas dinamika, hambatan dan tantangan yang terjadi dalam tahap proses perencanaan strategi pemasaran sosial yang dilakukan oleh manajemen Smile Train Indonesia dengan para stakeholders organisasi serta upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen organisasi untuk mengatasi dinamika, hambatan dan tantangan tersebut. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa jarang terjadi konflik antara organisasi dengan para stakeholders dalam proses perencanaan pemasaran sosial organisasi karena adanya manajemen konflik dan kolaborasi yang baik. Namun diakui oleh para stakeholders, terdapat beberapa hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam proses perencanaan tersebut.

Penelitian ini menyarankan agar pihak manajemen organisasi meningkatkan usaha riset pasar pemasaran sosial untuk mencegah sekaligus mengatasi dinamika, hambatan, dan tantangan yang terjadi dalam proses perencanaan pemasaran sosial.

.....This undergraduate thesis discusses the dynamics, obstacles, and challenges that occur in the stage of social marketing strategy planning process undertaken by the management of Smile Train Indonesia with the organizational stakeholders as well as the efforts made by the organization management to overcome those.

This research is a qualitative research with descriptive design.

The results conclude that there is rarely conflicts between organizations and stakeholders in the organization 39 s social marketing planning process because of good conflict management and collaboration. But acknowledged by the stakeholders, there are several obstacles and challenges that are faced during the planning process.

This research suggests that organizational management should improve the social market marketing research effort to prevent and overcome the dynamics, obstacles, and challenges that occur in the social marketing planning process.