

ABSTRAK

Masalah pengangguran di Indonesia butuh ditanggulangi dengan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan produktivitas masyarakat. Program Kewirausahaan WRAP bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan pendidikan komprehensif di bidang bisnis dan kewirausahaan. Pendirian Tanigochi Indonesia menghadirkan solusi potensial terhadap meningkatnya masalah pengangguran di tanah air, sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) nomor 8 yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan deskriptif analisis. Populasinya terdiri dari mahasiswa Telkom University yang pernah menjadi pelanggan Tanigochi, manajemen Tanigochi dan juga *Entrepreneur* yang telah mengadaptasi *digital marketing* pada bisnis atau perusahaannya. Sampel dari penelitian ini adalah Management Tanigochi Bisnis yang telah menerapkan pemasaran digital, dan karyawan yang menjabat sebagai pemasar digital. Kesimpulannya, Pepaya Tanigochi memiliki peluang untuk memperkuat bisnisnya melalui pemasaran digital. Pernyataan visi dan misi yang jelas harus dikembangkan untuk memberikan arah. Penelitian ini juga bertujuan untuk memilih strategi pemasaran digital yang tepat untuk bisnis pertanian berbasis STP. Institusi akademik didorong untuk melakukan serangkaian kegiatan pendidikan, termasuk webinar kesadaran SDG. Penelitian selanjutnya akan fokus pada mengidentifikasi platform digital yang paling sesuai yang dapat diintegrasikan secara mendalam ke dalam operasi PapayaTanigochi.

Kata Kunci: Manajemen Tanigochi, Entrepreneurship, Misi Bisnis, Pemasaran Digital, SDG 8.3, STP