

ABSTRAK

Laporan ini membahas strategi pengembangan branding dan pemasaran untuk meningkatkan bisnis PT. Curaweda Palagan Innotech. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dalam branding dan pemasaran perusahaan. Metode yang digunakan meliputi analisis SWOT, studi literatur, dan survei terhadap pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi branding yang konsisten dan penggunaan media digital yang efektif dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing perusahaan. Selain itu, pengembangan konten pemasaran yang relevan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi branding dan pemasaran yang terintegrasi dan berbasis data dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan bisnis PT. Curaweda Palagan Innotech.

Kata kunci: strategi branding, pemasaran, analisis SWOT, media digital.