

ABSTRAK

PT.Jatisari Makmur Bersama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Real Estate* yang berletak di kota Mojokerto. Dan sudah bergerak selama 2 tahun lebih pada bidang pembangunan. Perusahaan tentu memerlukan strategi pemasaran yang baik dan juga unik, karena banyak *competitor* lain yang sama-sama melakukan pemasaran dengan strategi mereka masing-masing, di dalam perusahaan ini peneliti menemukan permasalahan di dalam bidang pemasarannya yaitu kurangnya tenaga pemasaran dan karyawan perusahaan kurang menguasai bidang IT khususnya pemasaran jadi menghambat proses pemasaran dari suatu produk perumahan. Di Perusahaan juga belum melaksanakan tata Kelola yang sudah di bikin oleh pemilik Perusahaan dan masih menggunakan *system* lama.Sedangkan saat ini sudah banyak platform untuk menjual suatu produk ataupun jasa seperti (*Instagram ads, Facebook ads* dan lain-lain). Dan juga sekarang tersedia aplikasi juga untuk memasarkan produk seperti (Olx, Lamudi, Rumah 123, dan lain-lain), sehingga dibutuhkan perencanaan supaya perusahaan tersebut bisa melakukan pemasaran dengan baik dan benar untuk menarik konsumen. Metode yang peneliti gunakan untuk menganalisis perencanaan pemasaran perusahaan menggunakan *COBIT 5 Domain EDM* dimana terdapat 4point penting pada domain tersebut yaitu (*Direct the governance system, Direct value optimization, Direct resource management*) dan juga melakukan pengumpulan data berupa observasi, maupun penelitian. Hasil dari perencanaan tata Kelola teknologi informasi ini berupa rekomendasi untuk pencapaian *capability level* rekomendasi ini didapatkan dari *output work product* yang mencakup Domain EDM yang memastikan memiliki kerangka tata Kelola, manfaat TI yang menunjang bisnis, optimalisasi sumber daya dan transparansi *stakeholder*.

Kata Kunci: COBIT 5, EDM, Media Social, Pemasaran, Tata Kelola

ABSTRACT

PT. Jatisari Makmur Bersama is a company operating in the Real Estate sector which is located in the city of Mojokerto. And has been active for more than 2 years in the development sector. Companies certainly need a good and unique marketing strategy, because many other competitors are also marketing with their own strategies. In this company, researchers found problems in the marketing sector, namely a lack of marketing personnel and company employees who lack knowledge in the IT sector. especially marketing, it hampers the marketing process of a housing product. The company also has not implemented the governance that has been created by the company owner and is still using the old system. Meanwhile, currently there are many platforms for selling products or services such as (Instagram ads, Facebook ads and others). And now applications are also available to market products such as (Olx, Lamudi, Rumah 123, etc.), so planning is needed so that the company can do marketing well and correctly to attract consumers. The method that researchers use to analyze company marketing planning uses COBIT 5 Domain EDM where there are 4 important points in this domain, namely (Direct the governance system, Direct value optimization, Direct resource management) and also collects data in the form of observation and research. The results of this information technology governance planning are recommendations for achieving capability level. These recommendations are obtained from work product output which includes the EDM domain which ensures that it has a governance framework, IT benefits that support business, resource optimization and stakeholder transparency.

Keywords: COBIT 5, EDM, SocialMedia, Marketing, Governance