

ABSTRAK

Pemasaran digital saat ini menjadi salah satu strategi pemasaran yang dibutuhkan para pebisnis untuk menarik minat konsumen serta meningkatkan penjualan. Salah satunya adalah perusahaan Mawar Wedding Service yang bergerak di bidang jasa pelayanan pernikahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai strategi pemasaran digital yang dijalankan Mawar Wedding Service dalam memasarkan produk pilihan paket pernikahan yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan analisis SWOT.

Pendekatan penelitian yang diadopsi adalah metode kualitatif, yang menggabungkan observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumen sebagai teknik pengumpulan data. Data yang terkumpul kemudian disusun melalui tahapan reduksi, penyajian, dan verifikasi. Validitas data diperiksa melalui uji kredibilitas, pengujian, dan konfirmabilitas untuk memastikan keakuratan dan reliabilitas hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mawar Wedding Service telah menerapkan pemasaran digital melalui internet, *Website*, dan media sosial.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Mawar Wedding Service memiliki faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Matriks analisis SWOT menghasilkan menghasilkan "lima strategi SO (*Strength-Opportunities*), tiga strategi WO (*Weakness-Opportunities*), tiga strategi ST (*Strength-Threats*), dan tiga strategi WT (*Weakness-Threats*).". Simpulan dari penelitian ini yaitu Mawar Wedding Service memiliki strategi pemasaran digital yang bagus tetapi masih belum memaksimalkan jenis pemasaran digital yang digunakan karena dalam beberapa bulan terakhir masih mengalami penurunan tingkat penjualan. Rekomendasi kepada Mawar Wedding Service bisa merekrut tenaga ahli yang berpengalaman dalam bidang pemasaran digital serta mengoptimalkan media sosial sebagai alat pemasaran digital.

Kata kunci: Analisis, Strategi Pemasaran Digital, Mawar Wedding Service

ABSTRACT

Digital marketing is currently one of the marketing strategies needed by business people to attract consumer interest and increase sales. One of them is the Mawar Wedding Service company, which is engaged in wedding services. This research aims to find out clearly about the digital marketing strategy carried out by Mawar Wedding Service in marketing their wedding package products. The primary aim of this study is to explore digital marketing strategies employing a SWOT analysis framework.

Qualitative methodology is adopted for this research endeavor, with data gathering techniques comprising observational study, in-depth interviews, and document analysis. The data analysis process encompasses data reduction, presentation, and validation stages. Subsequently, data integrity is ensured through credibility assessment, triangulation, and confirmability checks. The results show that Mawar Wedding Service has implemented digital marketing through the internet, Website, and social media.

Based on the results of the SWOT analysis, Mawar Wedding Service has internal factors, namely strengths and weaknesses and external factors, namely opportunities and threats. The SWOT analysis matrix resulted in " five SO (Strength-Opportunities) strategies, three WO (Weakness-Opportunities) strategies, three ST (Strength-Threats) strategies, and three WT (Weakness-Threats) strategies." The conclusion of this research is that Mawar Wedding Service has a good digital marketing strategy but still has not maximized the type of digital marketing used because in the last few months it has experienced a decline in sales. Recommendations to Mawar Wedding Service can recruit experts who are experienced in digital marketing and optimize social media as a digital marketing tool.

Keywords: Analysis, Digital Marketing Strategy, Mawar Wedding Service