

ABSTRAK

Pemasaran digital merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk meningkatkan penjualan, terutama saat pandemi Covid-19. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan *Merchandise* Di *Official Persib Store* Pada Masa Pandemi Covid-19”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh *Official Persib Store* dalam meningkatkan penjualan *Merchandise* pada masa pandemi covid-19.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif. Melakukan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, model data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji dependabilitas, dan uji konfirmabilitas. Subjek dari penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah *Official Persib Store*.

Hasil penelitian ini adalah (1) *Official Persib Store* mempraktikkan dan memaksimalkan strategi pemasaran digital melalui *online* melalui beberapa media pemasaran digital seperti instagram, tiktok, facebook dan *E-Commerce* seperti shopee dan Tokopedia sehingga dapat menjangkau konsumen lebih luas. (2) Strategi pemasaran digital ditengah pandemi covid-19 yang dilakukan oleh *Official Persib Store* berjalan secara optimal dalam menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. (3) Proses pemasaran digital yang dilakukan oleh *Official Persib Store* dengan cara melakukan promo, iklan berbayar, gratis ongkir, dan *Flash sale* dalam *live streaming* menggunakan media sosial.

Kata kunci : Strategi, Penjualan, Pemasaran Digital.

ABSTRACT

Digital marketing is one of the marketing strategies used by business people to increase sales, especially during the Covid-19 pandemic. This research was conducted to determine "Digital Marketing Strategy in Increasing Merchandise Sales at the Official Persib Store During the Covid-19 Pandemic". The purpose of the study to find out and analyze the digital marketing strategy carried out by the Official Persib Store to increase merchandise sales during the Covid-19 pandemic.

This research uses qualitative methods with descriptive analysis research type. Carrying out data collection techniques using observation, interviews and documentation. The data analysis techniques used are data reduction, data modeling, and drawing/verifying conclusions. The data validity techniques used are credibility tests, transferability tests, dependability tests and confirmability tests. The subject of qualitative research is the main instrument of the researcher. Meanwhile, the object of this research is the Official Persib Store.

The results of this research are (1) The Official Persib Store practices and maximizes digital marketing strategies online through several digital marketing media such as Instagram, TikTok, Facebook and E-Commerce such as Shopee and Tokopedia so that it can reach a wider range of consumers. (2) The digital marketing strategy in the midst of the Covid-19 pandemic carried out by the Persib Official Store is running optimally in attracting consumers and increasing sales. (3) The digital marketing process carried out by the Persib Official Store includes promotions, paid advertising, free shipping and flash sales via live streaming using social media.

Keywords : Strategy, Sales, Digital Marketing.