

ABSTRAK

Digital marketing berkembang sejak penggunaan internet semakin tinggi. *Digital marketing* dilakukan untuk mengenalkan suatu barang dan jasa sehingga akan berdampak pada meningkatnya pendapatan dari usaha tersebut. Tujuan penelitian ini adalah: Bagaimana cara penerapan digital marketing, bagaimana kendala dan manfaat *Digital marketing* dan strategi terhadap pesaing bagi PT. IRSofka Data Teknologi? Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan strategi pemasaran melalui *Digital marketing* yang dilakukan dan untuk mengetahui kendala dan manfaat penerapan *Digital marketing* pada PT. IRSofka Data Teknologi. Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode kualitatif, serta jenis teknik penilitan analisis deskriptif. Penelitian dilakukan di kantor PT. IRSofka Data Teknologi. Teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif, dan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi. Hasil dari penelitian membuktikan bahwa penerapan *Digital marketing* dilakukan oleh PT. IRSofka Data Teknologi. sebagai pengembangan strategi pemasaran. Platform yang digunakan dalam penerapan *Digital marketing* adalah *Facebook* , *Youtube* dan *Google Ads* dengan dibantu oleh influencer untuk mempromosikan di *Instagram*. Kendala yang dialami PT. IRSofka Data Teknologi yaitu terlambatnya menjawab pesan pembeli, karena kurangnya karyawan dan manfaat *Digital marketing* terhadap PT. IRSofka Data Teknologi yaitu meningkatnya jumlah pendapatan serta menjangkau seluruh dunia.

Kata Kunci: Penerapan, Digital Marketing, Strategi

ABSTRACT

Digital marketing has developed since internet use has increased. Digital marketing is carried out to introduce goods and services so that it will have an impact on increasing income from the business. The aim of this research is: How to implement Digital marketing and what are the obstacles and benefits of Digital marketing for PT. IRSofka Data Technology? The purpose of this research is to understand and describe the marketing strategies carried out through Digital marketing and to find out the obstacles and benefits of implementing Digital marketing at PT. IRSofka Data Technology. The research in this thesis uses qualitative methods, as well as descriptive analysis research techniques. The research was conducted at the PT office. IRSofka Data Technology. Data collection techniques are observation, interviews and documentation. Data analysis uses descriptive analysis techniques, and data validity techniques use triangulation. The results of the research prove that the implementation of Digital marketing was carried out by PT. IRSofka Data Technology. as marketing strategy development. The platforms used in implementing Digital marketing are Facebook, YouTube and Google Ads with the help of influencers to promote on Instagram. The obstacles experienced by PT. IRSofka Data Teknologi, namely the delay in responding to buyers' messages, due to the lack of employees and the benefits of Digital marketing for PT. IRSofka Data Technology is increasing the number of revenues and reaching the whole world.

Keywords: Implementation, Digital Marketing, Strategy