

ABSTRAK

Muhammad Robert Elfauz, 1950210218, Penggunaan Strategi 3D Marketing Dan Power Branding Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Brand Locked Target Kabupaten Kudus, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus, 2024

Locked Target merupakan sebuah *brand* yang menjual produk *clothing* dan *merchandise* yang bertemakan *graffiti* dan menjual perlengkapan untuk membuat *graffiti*. Dalam strategi pemasaran yang digunakan oleh *Locked Target* yaitu strategi *3D Marketing* dan *Power Branding*. Strategi tersebut memiliki fungsinya masing-masing dimana *3D Marketing* membahas tentang aktivitas pemasaran sedangkan *Power Branding* membahas tentang kekuatan merek. Dalam penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan harapan dapat menemukan upaya-upaya penyelesaian masalah dalam meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Proses pengkajian analisis dalam penelitian ini dengan melakukan akumulasi data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi secara langsung serta literasi media online terhadap hal yang berkaitan dengan topik dan subjek mengenai *Locked Target* tersebut. Proses penelitian menggunakan metode triangulasi sumber, metode, dan waktu, lalu melakukan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan data hingga penelitian memperoleh informasi di *Locked Target*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *3D Marketing* dan *Power Branding* dapat meningkatkan penjualan pada *Brand Locked Target*. Penerapan *3D Marketing* dan *Power Branding* memiliki sejumlah kendala seperti kurang memanfaatkan *e-commerce*, pembuatan konten yang kurang menarik, kendala yang tidak terduga, adanya persaingan harga, dan juga pembajakan karya sehingga strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualannya masih belum maksimal. Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan memanfaatkan fitur *market place* untuk penjualan yang lebih luas, pembuatan konten yang menarik perhatian agar semakin dikenal oleh masyarakat luas, mencari solusi untuk meminimalisir resiko, memperkuat kualitas, dan penggunaan *watermark* untuk melindungi hak cipta dari karya yang dibuat oleh *Locked Target*. Saran penulis diharapkan *brand Locked Target* dapat mengikuti trend yang lagi ramai di media sosial, konsep pembuatan konten yang harus ditingkatkan dengan lebih kreatif, dan memperluas target dan segmentasi pasarnya.

Kata Kunci : *Strategi, 3D Marketing, Power Branding, Penjualan*