

## ABSTRAK

Banyak bisnis yang harus berjuang untuk bertahan hidup sejak krisis ekonomi akibat pandemi COVID-19 pada tahun 2020. Dengan adanya beberapa regulasi tentang protokol kesehatan untuk melindungi warga dari virus, cara hidup individu dalam masyarakat berubah. Pandemi ini berdampak pada banyak aspek dalam masyarakat termasuk pemerintahan, pendidikan dan juga bisnis. Banyak bisnis harus mengubah strategi mereka untuk menghasilkan keuntungan agar dapat bertahan selama pandemi. Cobb-Vantress, inc. merupakan salah satu perusahaan yang harus mengubah strategi untuk memasarkan produknya di Indonesia di masa pandemi. Salah satu strategi yang diubah adalah cara mereka melakukan strategi komunikasi pemasaran. Cobb-Vantress, inc. menggunakan personal selling karena diyakini sebagai cara yang efektif untuk memasarkan produk mereka sebagai strategi komunikasi pemasaran mereka. Penelitian ini bertujuan untuk membahas lebih dalam tentang re-strategi yang dilakukan oleh COBB-Vantress, inc. dengan metode deskriptif kualitatif. Personal selling seperti diketahui memiliki tujuh tahapan dalam prosesnya meliputi pembukaan, identifikasi kebutuhan dan masalah, presentasi dan demonstrasi, menghadapi keberatan, negosiasi, penutupan penjualan dan juga tindak lanjut. Wawancara dilakukan dengan menggunakan tujuh langkah proses personal selling ini sebagai indikator pertanyaan guna pengumpulan data untuk penelitian ini. Dalam penelitian ini Cobb-Vantress, Inc. mampu melakukan personal selling dengan melakukannya secara hybrid tanpa menghilangkan esensi dari esensi yang membuat personal selling berjalan dengan baik dengan menggunakan metode hybrid. Metode hybrid personal selling yang dilakukan oleh Cobb-Vantress, Inc. merupakan kombinasi dari langkah personal selling yang dilakukan dengan cara online meeting dengan langkah yang mengharuskan seorang sales bertemu dengan kliennya.

**Kata Kunci : Penjualan Personal, Komunikasi Pemasara, Proses Penjualan Personal**