

Judul Penelitian : Eksistensi Usaha Kuliner Melalui Efektivitas Strategi Pemasaran Pasca Covid-19 (Studi Kasus Pada Chi Fry Kediri)

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Ir. H. Moch Saleh Udin., M.M

Dosen Pembimbing 2 : Rafikhein Novia Ayuanti, S.E., M.M

Nama Mahasiswa : Ade Novaldo Pratama

Npm : 18.13021.0309

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh sektor usaha kuliner memiliki peran yang strategis dalam menunjang roda perekonomian salah satunya yaitu restoran cepat saji, Indonesia memiliki macam-macam produk olahan kuliner yang ditawarkan guna memenuhi kebutuhan pangan, berbagai produk diciptakan dan ditawarkan salah satunya usaha kuliner akan tetapi pada masa pandemi covid-19 ini sangat sulit bagi pelaku usaha kuliner untuk memasarkan produk olahan kulinernya di karenakan tingginya jumlah covid-19. Dalam masa pandemi covid-19 strategi pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena strategi pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial karena kegiatan pemasaran menyangkut masalah mengalirnya produk dari produsen ke konsumen, apa lagi di masa sekarang pasca covid-19 usaha kuliner sangat kesulitan untuk memasarkan produknya. Hal tersebut dilakukan karena usaha kuliner chi fry kota kediri kesulitan memasarkan produk olahan kulinernya dikarenakan pandemi covid-19.

Oleh sebab itu pemilihan strategi pemasaran yang baik adalah hal yang sangat diperlukan oleh pelaku usaha kuliner dalam menghadapi persaingan antar usaha kuliner, perusahaan perlu strategi yang tepat dan terstruktur sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai di era covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada restoran cepat saji chi fry kediri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Subyek dalam penelitian ini adalah konsumen dan karyawan chi fry kediri. Kemudian obyeknya adalah strategi pemasaran. Hasil penelitian yang sudah dilakukan penulis menunjukkan bahwa strategi pemasaran usaha kuliner Chi Fry adalah 1. Strategi pemasaran offline yaitu penyebaran poster gambar, seperti sekolah dan lingkungan sekitar. 2. Strategi pemasaran online yaitu dengan memanfaatkan media internet atau media sosial yaitu *instagram*.

Kata Kunci : Usaha Kuliner, Strategi Pemasaran, SWOT