

< 10b23276-4ce4-4073-89cd-07b
f609ba7c0



Drs. Bambang Suwarsono, M.M.
NIP.040.1.1989.003

Umi Nadhiroh, S.E.M.M.
NIP.040.1.2015.021

iii

**Judul Penelitian : Analisis Strategi Pemasaran Dan Hasil Penjualan Pada
UMKM Keisha Jaya Pace Dimasa Pandemi Covid-19**

Dosen Pembimbing : Drs. Bambang Suwarsono, M.M
Umi Nadhiroh, S.E.M.M
Nama Mahasiswa : Rivan Aji Setiawan
NPM : 18.13021.0148

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui apa saja strategi pemasaran dan hasil penjualan di masa pandemi Covid-19 pada UMKM Keisha Jaya Pace beserta upaya meningkatkan strategi pemasaran dan penjualan UMKM Keisha Jaya Pace di masa pandemi Covid-19. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi. Uji keabsahan data pada penelitian ini menggunakan Triangulasi. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan model reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran UMKM Keisha Jaya Pace disaat pandemi Covid-19 mengalami kesulitan ketika melaksanakan strategi pemasaran. UMKM Keisha Jaya menerapkan bauran pemasaran meliputi strategi produk (product), harga (price), tempat (place), serta promosi (promotion). Hasil penjualan UMKM Keisha Jaya Pace disaat pandemi Covid-19 mengalami penurunan penjualan. Hampir semua produk UMKM Keisha Jaya mengalami penurunan penjualan antara lain wajik, jenang, kembang gulo, kue cum-cum karena diberlakukannya PPKM Darurat dan *wrok form home*. Ada beberapa upaya UMKM Keisha Jaya Pace dalam meningkatkan penjualan saat pandemi ini antara lain memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen, menjalankan promosi produk di sosial media, memperhatikan standar kualitas produk, dan menjaga hubungan yang baik dengan pembeli.

Kata kunci: UMKM, Covid-19, Strategi Pemasaran, Hasil Penjualan.

iv



Putar layar



Paskan ke telepon



Ekspor



Cari