

ABSTRAK

Skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Refris Bouquet Desa Sambirobyong Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung),” ini ditulis oleh Santi Wahyu Ningsih, NIM 12402173617, Pembimbing Dr. H. Asmawi, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam menarik minat konsumen terhadap produk yang dijual agar suatu usaha bisa tetap bertahan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran. Sebuah strategi dalam pemasaran haruslah disusun secara tepat dan terarah agar suatu bisnis dapat meningkat dan unggul dalam bersaing disuatu perusahaan. Suatu perusahaan harus mampu menciptakan strategi yang tepat sebagai prioritas utama pada usaha yang dijalankan, agar tetap menjaga ke eksistensian perusahaan serta dapat meningkatkan efektifitas kompetitif.

Fokus penelitian ini adalah: (1) Apa strategi pemasaran yang diterapkan Refris Bouquet sehingga bisa berhasil dan tidak terdampak pandemi COVID-19? (2) Apa saja kendala yang dihadapi oleh usaha UMKM Refris Bouquet dalam menerapkan strategi pemasaran agar mampu mempertahankan bisnisnya? (3) Apa saja solusi yang digunakan usaha UMKM Refris Bouquet dalam menghadapi kendala tersebut agar mampu mempertahankan bisnisnya?.

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Dengan tehnik pengumpulan data melalui wawancara terhadap informan. Penelitian ini menggunakan strategi bauran pemasaran 4P (*marketing mix*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Starategi pemasaran yang digunakan sampai bisa berhasil dan tidak terdampak pandemic pada bisnisnya yaitu dengan strategi pemasaran Bauran Pemasaran 4P (*Marketing Mix*) meliputi (*product, price, place/distribution, promotion*); (2) terdapat kendala yang dialami usaha UMKM Refris Bouquet meliputi pengiriman barang dan biaya pengiriman, kendala pemadaman listrik yang menghambat pengerjaan dan juga mengenai bahan baku; (3) meskipun ada kendala tetapi UMKM Refris Bouquet masih bisa menemukan solusinya yaitu dengan melek *digital* dan harus *go online* memilih biaya pengiriman yang lebih murah, mengerjakan pekerjaan yang tidak menggunakan arus listrik serta memperbanyak relasi dan bergabung dengan komunitas bisnis agar bisa *sharing* mendalam mengenai banyak hal salah satunya bahan baku. Meskipun pada usaha UMKM Refris Bouquet mengalami kenaikan pendapatan selama pandemic Covid-19 saat ini, diharapkan tetap memaksimalkan media social dan inovasi baru agar usahanya semakin maju.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, UMKM, Covid-19

ABSTRACT

This thesis with the title "Marketing Strategy in Maintaining MSME Business in the Midst of the Covid-19 Pandemic (Study of MSME Bouquet Flowers Refris Bouquet Sambirobyong Village Sumbergempol District Tulungagung)," was written by Santi Wahyu Ningsih, NIM 12402173617, Mentor Dr. H. Asmawi, M.Ag.

This research is motivated by tight competition between Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in attracting consumer interest in products sold so that a business can survive. One way that can be done is by implementing a marketing strategy. A strategy in marketing must be arranged appropriately and purposefully so that a business can improve and excel in competing in one company. A company must be able to create the right strategy as a top priority in the business carried out, in order to maintain the existence of the company and can increase competitive effectiveness.

The focus of this research is: (1) What marketing strategies are implemented by Refris Bouquet so that it can succeed and not be affected by the COVID-19 pandemic? (2) What are the obstacles faced by MSME Refris Bouquet's business in implementing marketing strategies in order to be able to maintain its business? (3) What are the solutions used by MSME Refris Bouquet business in facing these obstacles in order to be able to maintain their business?

In this study the approach used is qualitative with a type of descriptive approach. With data collection techniques through interviews with informants. This research uses a 4P (marketing mix) marketing mix strategy.

The results of this study show that: (1) Starategi marketing used to be successful and not affected by pandemic in its business, namely with the marketing strategy of 4P Marketing Mix (Marketing Mix) includes (product, price, place / distribution, promotion); (2) there are obstacles experienced by MSME Refris Bouquet business including delivery of goods and shipping costs, power outage constraints that hamper workmanship and also regarding raw materials; (3) Despite the obstacles but MSMEs Refris Bouquet can still find the solution, namely by digital literacy and must go online to choose cheaper shipping costs, do work that does not use electric current and multiply relationships and join the business community in order to share in depth about many things, one of which is raw materials. Although in the msme refris bouquet business experienced an increase in revenue during the current Covid-19 pandemic, it is expected to still maximize social media and new innovations so that the business is more advanced.

Keywords: Marketing Strategy, MSMEs, Covid-19