

ABSTRAK

Penelitian didasarkan pada fenomena yang sedang terjadi pada dunia bisnis saat ini yang hampir semua pelaku usaha mengalami permasalahan penurunan tingkat pendapatan yang diakibatkan sejak adanya pandemi Covid-19. Yang mana hal tersebut juga terjadi pada usaha *franchise* Teh Poci Krisna. Strategi pemasaran sangat penting keberadaanya bagi perusahaan dalam memperoleh laba serta dalam meningkatkan volume penjualan, kedua hal tersebut akan memberikan pengaruh terhadap tingkat pendapatan usaha. Penerapan strategi pemasaran yang tepat akan membuat semakin banyak konsumen yang mengetahui produk yang di produksi serta menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk. Oleh karena itu strategi pemasaran mempunyai peranan penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan.

Tujuan pada penelitian ini ialah untuk untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan, serta juga untuk melihat sejauh mana strategi pemasaran dalam kesuksesannya meningkatkan pendapatan usaha pada masa pandemi Covid-19 seperti saat ini bagi franchise Teh Poci Krisna. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknis keabasanhan data yang digunakan ialah triangulasi sumber. Dan teknik analisi data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran 4P yang terdiri dari *product*, *price*, *place* dan *promotion* adalah strategi yang tepat untuk diterapakan pada masa pandemi Covid-19 bagi usaha *franchise* Teh Poci Krisna dalam meningkatkan pendapatan usaha. Keempatan indikator tersebut dari menjaga kualitas produk, penetapan harga yang tepat, pemilihan lokasi outlet yang strategis serta memanfaatkan jasa layanan pemesanan makanan dan juga media online lainnya telah memiliki andil pada terjadinya peningkatan pendapatan usaha ditengah masa sulit pandemi. Hal tersebut dapat terlihat pada masih bertahannya usaha *franchise* Teh Poci Krisna hingga sampai pada saat ini.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Pendapatan, Pandemi Covid-19.

ABSTRAC

The research is based on the phenomenon that is currently happening in the business world, where almost all business actors have experienced problems with decreasing income levels due to the Covid-19 pandemic. Which also happened to franchise Tea Poci Krisna. Marketing strategy is very important for the company to make a profit and increase sales volume, both of which will have an influence on the level of operating income. The application of the right marketing strategy will make more consumers aware of the products that are produced and increase the attractiveness of consumers to buy products. Therefore, marketing strategy has an important role for the success of a company.

The purpose of this research is to find out the right marketing strategy that is applied to increase revenue, as well as to see how far the marketing strategy has succeeded in increasing business income during the Covid-19 pandemic as it is today for the Teh Poci Krisna franchise. This study uses a type of field research using a qualitative research approach. Collecting data using observation, interviews and documentation. The technical validity of the data used is source triangulation. And data analysis techniques using data reduction, data presentation and drawing conclusions.

Based on the results of the study, it shows that the 4P marketing mix consisting of product, price, place and promotion is the right strategy to be applied during the Covid-19 pandemic for franchise Teh Poci Krisna. These four indicators, from maintaining product quality, setting the right price, choosing strategic outlet locations and utilizing food ordering services and other online media have contributed to an increase in business income amidst the difficult times of the pandemic. This can be seen in the persistence of the Krisna teapot franchise business until now.

Keywords: Marketing Strategy, Revenue, Covid-19 Pandemic

