

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Marketing UMKM Pada Industri Kerupuk Untuk Bertahan Di Masa Pandemi covid-19 (Studi Pada Usaha Rumahan Krupuk Pertolo “BIMA JAYA” Di Desa Pagerejo Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto” ini ditulis oleh Devi Asmarita, NIM 12402183048, Pembimbing Refki Rusyadi, M.Pd.I

Di era pandemi seperti yang sekarang ini sistem penjualan memang sangat sulit. Dalam upaya mewujudkan pemasaran yang mendorong perekonomian di pedesaan, maka salah satu kebijakan yang harus ditetapkan bagi pemilik usaha adalah dengan memasarkan produknya secara online dan melihat langsung peluang pasar. Pebisnis harus mengetahui dan mengerti bagaimana cara memuaskan konsumen dengan adanya kelebihan dan kekurangan dari kedua system tersebut agar konsumen puas saat melakukan pembelian.

Startegi marketing dan strategi bertahan menjadi pembahasan utama dalam penelitian ini karena adanya pandemi covid-19. Apabila strategi marketing dan strategi bertahan terpenuhi dengan baik maka pembeli akan melakukan pembelian ulang yang mampu meningkatkan omset pemilik usaha itu sendiri.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana strategi marketing dan cara bertahan untuk produk rumahan yang terdampak akibat pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, sumber data yang diperoleh dari informasi dan wawancara. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, serta menggunakan teknik analisa data dan pengecekan keabsahan temuan.

Hasil penelitian ini menunjukkan penerapan strategi marketing yang baik. Pemilik usaha menggunakan strategi 4P yang mampu meningkatkan pendapatan dan dapat bertahan di masa pandemi.

Kata Kunci: Marketing, UMKM dan Krupuk Pertolo “BIMA JAYA”

ABSTRACT

The thesis with the title “Marketing strategy home product to survive the covid-19 pandemic (Study on the pertolo “BIMA JAYA” cracker home business in Pagerejo village Gedeg district Mojokerto district” was written by Devi Asmarita, NIM 12402183048, supervisor Refki Rusyadi, M.Pd.I.

In the current pandemic area, the sales system is indeed very difficult. In an effort to realize marketing that encourages the economy in rural areas, one of the policies that must be set for business owners is to market their products online and see firsthand market opportunities. Business people must know and understand how to satisfy consumers with the two systems so that consumers are satisfied when making purchases.

Marketing strategies and survival strategies satisfaction are the main discussions in this study because of the covid-19 pandemic. If marketing strategies and survival strategies satisfaction are fulfilled properly, buyers will make repeat purchases which can increase the turnover of the business owner himself.

The purpose of this study is to analyze how marketing strategies and ways to survive for home products have been affected by the covid-19 pandemic. This research with a case study approach, data sources obtained from informants and interviews. Data collection techniques by interviewing, observing and using data analysis techniques and checking the validity of the findings.

The result of this study indicates the applications of a good marketing strategy. Business owners use the 4P strategy that is able to increase income and can survive during the pandemic.

Keywords: Marketing, UMKM, and crackers pertolo “BIMA JAYA”