

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Rumah Makan Waroeng Jadoel Winna Joglo Desa Ngujang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung)” ditulis oleh Bangkit Alur Gumelar Mulya, NIM. 12402173308, pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan munculnya permasalahan perekonomian salah satunya pada rumah makan. Pada masa pandemi rumah makan mengalami penurunan 75% dimana hal ini memberikan dampak negatif bagi rumah makan yang ada di sekitar, tidak terkecuali berdampak pada rumah makan yang cukup besar seperti Rumah Makan Winna Joglo. Adanya pandemi tidak menyurutkan niat pemilik rumah makan untuk tetap bertahan dan menjaga keberlangsungan usahanya. Hal ini terlihat dari Rumah Makan Winna Joglo yang tetap berjualan dengan melakukan berbagai strategi atau upaya agar tetap eksis di masa pandemi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pemasaran Rumah Makan Winna Joglo dalam meningkatkan volume penjualan pada masa pandem Covid-19?.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Winna Joglo Tulungagung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan untuk menganalisis data berupa kalimat atau kata. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, menyajikan data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan. Strategi pemasaran dalam menjaga keberlangsungan usahanya yaitu: strategi aktif yang meliputi menjaga kualitas produk makanan dan minuman serta memberikan harga murah dengan ditambah diskon. Strategi pasif dilakukan rumah makan dengan menghemat segala bentuk pengeluaran. Sedangkan strategi jaringan dengan menjalin hubungan baik dengan konsumen, menyediakan layanan pesan secara online dan menggunakan media sosial sebagai promosi.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Rumah Makan, Covid-19

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy in Increasing Sales Volume During the Covid-19 Pandemic (Case Study at Waroeng Jadoel Winna Joglo Restaurant, Ngujang Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency)" was written by Bangkit Alur Gumelar Mulya, NIM. 12402173308, supervisor Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by the Covid-19 pandemic which has caused economic problems, one of which is in restaurants. During the pandemic, restaurants experienced a 75% decline, which had a negative impact on restaurants in the vicinity, including quite large restaurants such as the Winna Joglo Restaurant. The existence of a pandemic has not dampened the intention of restaurant owners to survive and maintain the continuity of their business. This can be seen from the Winna Joglo Restaurant which continues to sell by implementing various strategies or efforts to continue to exist during the pandemic.

The aim of this research is to describe the marketing strategy of Winna Joglo Restaurant and find out the obstacles faced by Winna Joglo Restaurant in increasing its sales. The location of this research was conducted at the Winna Joglo Tulungagung Restaurant. The research method used is a qualitative method with a type of field research to analyze data in the form of sentences or words. Data collection techniques in this study are using observation, interviews and documentation. While the data analysis technique uses data reduction, presenting data, and drawing conclusions.

The results of the study show. Marketing strategy in maintaining business continuity, namely: active strategy which includes maintaining the quality of food and beverage products and providing low prices with added discounts. Passive strategies are carried out by restaurants by saving all forms of expenditure. While the network strategy is by establishing good relations with consumers, providing online messaging services and using social media as promotions.

Keywords: *Strategy, Marketing, Restaurant, Covid-19*