

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19 PADA TOKO BABY KIDS SUNGAI PARING MARTAPURA.

Ananda Prayudha Saputra
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin
Email: anandasaputra22136@gmail.com
089668504643

ABSTRAK

ANANDA PRAYUDHA SAPUTRA, 2022, NPM 18.31.1129, ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19 PADA TOKO BABY KIDS SUNGAI PARING MARTAPURA.

Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Baby kids di tengah pandemi covid 19 (2) Untuk Mengetahui apa saja kendala yang di hadapi oleh Baby Kids dalam menerapkan strategi pemasaran agar mampu bertahan di tengah pandemi covid 19 (3). Untuk Mengatahui Apa solusi Baby Kids dalam menghadapi Pandemi COVID-19 agar mampu mempertahankan bisnis.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu studi kasus yang menghasilkan data-data deskriptif yang dituangkan dalam kata-kata. Sumber data pada penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling dan teknik pengumpulan data pada penelitian ini, penulis melakukan kunjungan langsung ke toko Baby Kids untuk melakukan wawancara pribadi dengan pemilik usaha. Dilengkapi dengan data-data penjualan beberapa tahun kebelakang. Peneliti menyimpulkan bahwa ada beberapa pembahasan yaitu Strategi, Kendala dan Solusi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi yang dilakukan Gallery Daisuki yaitu Bauran 4P (Product, Promotion, Price, dan Place). Strategi product dimana Baby Kids menjual Produk-produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau , strategi promotion berupa potongan harga, strategi price yaitu setiap pembelian produk mendapatkan bonus berupa masker, dan strategi place berupa fleksibilitas dalam pengiriman produk, sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk. Meskipun ada kendala dalam keuangan Baby kids masih bisa menemukan solusi dan alternatifnya yaitu dengan mengelola keuangan dan menjual produk secara efisien. Kemudian, solusi UMKM Gallery Daisuki dalam menghadapi COVID-19 adalah dengan menjaga cashflow, inovasi produk, memaksimalkan media sosial dan memaksimalkan pelayanan.

Kata kunci : Strategi pemasaran, Bauran pemesaran, Covid -19

ABSTRACT

ANANDA PRAYUDHA SAPUTRA, 2022, NPM 18.31.1129, ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES IN MAINTAINING MSME BUSINESS IN THE MIDDLE OF THE COVID-19 PANDEMIC AT BABY KIDS SHOP, SUNGAI PARING MARTAPURA.

This study aims: (1) To find out the marketing strategies implemented by Baby kids in the midst of the covid 19 pandemic (2) To find out what are the obstacles faced by Baby Kids in implementing marketing strategies in order to be able to survive in the midst of the Covid 19 pandemic (3). To find out what Baby Kids' solutions are in dealing with the COVID-19 pandemic in order to be able to maintain business.

The method in this study uses a qualitative method, namely a case study that produces descriptive data as outlined in words. Sources of data in this study using purposive sampling and data collection techniques in this study, the authors made a direct visit to the Baby Kids store to conduct personal interviews with business owners. Equipped with sales data for the past few years. The researcher concludes that there are several discussions, namely Strategy, Constraints and Solutions.

The results showed that the strategy carried out by Gallery Daisuki was the 4P Mix (Product, Promotion, Price, and Place).strategy product where Baby Kids sells quality products at affordable prices, a promotion in the form of price discounts, a price which every product purchase gets a bonus

in the form of masks, and a place in the form of flexibility in product delivery, so as to maintain and improve product quality. Even though there are financial constraints, Baby kids can still find solutions and alternatives, namely by managing finances and selling products efficiently. Then, the MSME Gallery Daisuki solution in dealing with COVID-19 is to maintain cashflow, product innovation, maximize social media and maximize service.

Keywords: Marketing strategy, Marketing mix, Covid -19

Referensi

BUKU

Burhan Bungin, Metode Penelitian Kualitatif, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.

Drs. J. Indriyono Gitosudarmo, M. Com. (Hons), Manajemen Strategis, Yogyakarta: BPFYogyakarta, 2001.

Freddy Rangkuti, Flexible Marketing, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.

Ita Nurcholifah, Strategi Marketing Mix dalam Persepektif Syariah, IAIN Pontianak, 2012.

Danang Sunyoto, Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: CAPS, 2012, Cet-1,` jurnar dari, Ita Nurcholifah, Strategi Marketing Mix dalam Persepektif Syariah, IAIN Pontianak, 2014.

Kemertian Kesehatan Republik Indonesia ,Pedoman Kesiapsiagaan Menghadapi Coronavirus Disease (COVID-19), 2020.

Perhimpunan Dokter Paru Indonesia (PDPI), Pneumonia COVID-19 Diagnosis & Penatalaksanaan di Indonesia, Jakarta: Perhimpunan dokter paru indonesia, 2020.

Suliyanto,"Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis", (Jogyakarta: Andi), 2010, hal.93 Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012.

Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 12. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan. Jakarta: PT.Indeks. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008.

Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 12. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan. Jakarta: PT.Indeks. William J. Stanton, Prinsip Pemasaran, Penerjemah Yohanes Lumarto, Jakarta: Erlangga, 2004, Edisi ke7, Jilid 1 SKRIPSI/JURNAL Fathoni, Muhammad Anwar. 2018.

"Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam." JURISDICTIE 9(1):128. doi: 10.18860/j.v9i1.5135. Wibowo, Dimas Hendika, and Zainul Arifin. n.d. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing." 8. Anggraeni F.D., Hardjanto I & Hayat A, "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kel. Pandanwangi Kec. Blimbing, Kota Malang)", Jurnal Administrasi Publik, volume 01 nomor 06, 2015. Triyaningsih, Sri Lestari. 2012. "Strategi Pemasaran Usaha Kecil Dan Menengah." 12(1):10.

RajawaliPres, Jakarta 2013

Wibowo, Manajemen Kinerja, Rajawali Pres, Jakarta 2013

Moleong Lexy, Metode Penelitian Kualitatif. Remaja Rosda Karya, Bandung ,

2001Cahyono. (2012). Analisis Pengaruh Kepemimpinan. Motivasi dan Budaya

Organisasi terhadap Kinerja Dosen dan Karyawan di Universitas

PawiyatanDuha Kediri, Jurnal Ilmu Manajemen, Revitalisasi, 1(1).

Mujiyanti, N.W. (2017). Pengaruh Gaya kepemimpinan dan Kompensasi Terhadap

Kinerja Karyawan PT. Astra Honda Nusa Dua Kabupaten

Bandung. Manajemen Unud, 5(12), 7956-7983.

Robbins, S.P.(2016). Perilaku Organisasi. Jakarta Kelompok Gramedia

Robbins, S.P., & Coulter, M. (2012). Management, Eleventh

Edition. 91

Hasibuan, M.(2016). Manajemen Sumber daya Manusia. Jakarta: PT. Bumi

AsakaraNoor, M.N.(2019). Analisis Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi kerja

Dalam

Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT. Melati Mulya Valindo

GroupBanjarmasin.

Saputra, R.R (2020). Analisis Gaya Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Efektivitas

Kinerja Karyawan Di Doremi Home Music Couse Ponorogo.

Anwar Prabu Mangkunegara. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia

Perusahaan. Bandung PT. Remaja Rosda karya.

Arif, R.(2011). Penilaian Kinerja PT. Sarana Panca Karya Nusa.