

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DAN PENDAPATAN SELEPAS MASA PANDEMI COVID-19 PADA UD. JATI MULYO DI DESA GONDANG KULON, KECAMATAN GONDANG, KABUPATEN NGANJUK

Nama : Fathur Reza Edo Pratama

Email: fathurrezaedo@gmail.com

Fakultas ekonomi universitas kadiri

Dosen pembimbing :

1. Dr.Djunaedi, SE, MM
2. Dr.Budi Rahayu, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi pemasaran UD. Jati Mulyo untuk meningkatkan penjualan dimasa selepas pandemi Covid-19 untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan dimasa selepas pandemi Covid-19 Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan data kualitatif adalah data yang diperoleh dari pengumpulan data, penyusunan, analisis dan interpretasi, kemudian dilakukan penelitian untuk menarik kesimpulan (Wijaya, 2018). Menggunakan metode deskriptif artinya data deskriptif berupa data tertulis dan lisan dapat diperoleh dari informan yang diamati melalui metode ini. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif ini adalah untuk memberikan gambaran, gambaran dan pengungkapan dengan melihat strategi penjangkauan usaha mikro, kecil dan menengah selepas pandemi Covid-19. Strategi UD. jati mulyo dalam meningkatkan penjualan selepas pandemi melalui media sosial facebook adalah dengan melakukan segmentasi pasar, menetapkan pasar sasaran, penentuan posisi pasar (positioning), dan bauran pemasaran. Kendala-kendala yang selama ini dialami oleh UD. jati mulyo dalam melakukan strategi pemasaran melalui media sosial facebook UD. jati mulyo hendaknya memperluas usaha mebel Karena mengingat konsumennya dari berbagai luar daerah, Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan. diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi dan dokumentasi bagi pihak perpustakaan sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang terutama bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan khususnya jurusan Ekonomi manajemen.

Kata kunci : Covid 19, Pandemi, Pemasaran

ABSTRACT

MARKETING STRATEGIES THROUGH SOCIAL MEDIA TO INCREASE SALES AND INCOME AFTER THE COVID-19 PANDEMIC IN UD. JATI MULYO IN GONDANG KULON VILLAGE, GONDANG DISTRICT, NGANJUK REGENCY

Name : Fathur Reza Edo Pratama

Email: fathurrezaedo@gmail.com

Faculty of Economics, Kadiri University

Supervisor :

1. Dr.Djunaedi, SE, MM
2. Dr.Budi Rahayu, SE, MM

This study aims to determine how is the promotion strategy of SMEs UD. Jati Mulyo to increase income after the Covid-19 pandemic To find out the promotion strategy of UD SMEs. Jati Mulyo to increase revenue and sales during the Covid-19 pandemic. This type of research is qualitative research and qualitative data is data obtained from data collection, compilation, analysis and interpretation, then research is carried out to draw conclusions (Wijaya, 2018). Using the descriptive method means that descriptive data in the form of written and oral data can be obtained from the information observed through this method. The purpose of this qualitative descriptive research is to provide an overview, medium description and working methods by looking at outreach strategies for micro, small and medium enterprises during the Covid-19 pandemic. UD Strategy. Jati Mulyo in increasing revenue and sales after the pandemic through social media Facebook is by segmenting the market, setting target markets, determining market position (positioning), and marketing mix. The constraints that have been experienced by UD. Jati Mulyo in carrying out marketing strategies through social media Facebook UD. Jati Mulyo expands the furniture business because considering that its consumers are from various regions, so that consumers can easily reach it. From the results of this research, it can be useful to add and insight. is expected to be an additional reference and documentation for the library as a reference for future research, especially for students of the Faculty of Economics and especially in the field of Economics management

Keywords : Covid 19, Pandemic, Marketing