

**MEMAHAMI STRATEGI PEMASARAN DISTRIBUSI TALI RAFIA DI
JOGOROTO BERTAHAN PADA MASA PANDEMI COVID-19
(STUDI PADA UKM SPESIAL TALI RAFIA)**

ABSTRAK

Oleh:

Melinda Dea Mashuri

Dosen Pembimbing:

Wenda Wahyu C, SE., MM

ABSTRAK

Adanya pandemic COVID-19 ini membuat perekonomian di Indonesia mengalami penurunan tidak terkecuali para pengusaha – pengusaha kecil yang harus bisa memainkan strategi pemasarannya untuk bertahan pada masa pandemic COVID-19 ini. Penelitian ini dilakukan pada UKM Spesial Tali Rafia salah satu usaha yang terkena dampak dari pandemic COVID-19 ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran distribusi tali rafia pada saat sebelum pandemic COVID-19 dan strategi pemasaran pada saat pandemic COVID-19. . Penelitian ini dirancang menggunakan metode kualitatif dengan tipe studi kasus. Dengan menggunakan alat bantu *Software* kualitatif *Nvivo 12 Plus*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam (*in depth interview*), dokumentasi dan *audio visual*. Jumlah informan pada penelitian ini adalah sebanyak tiga orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, *display*/penyajian data dan penarikan simpulan. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi pemasaran Spesial Tali Rafia sebelum pandemic terdapat tantangan yang berasal dari pabrik yang mempengaruhi kenaikan harga dan keterbatasan barang, cara pemasaran dilakukan secara langsung, segmentasi pasar hampir seluruh daerah Jawa Timur, target dalam usaha ini adalah toko – toko, baik toko – toko kecil maupun besar dan di daerah pertanian dan perkebunan. Strategi saat pandemic tetap bersal dari pabrik yang mempengaruhi harga dan barang namun juga bertambah dengan banyak daerah dan pasar yang tutup, cara pemasaran

yang dilakukan tetap secara langsung hanya saja mengalami pengurangan untuk segmentasi pasar dan target tetap sama dengan strategi pada saat sebelum pandemic COVID-19.