

PETRUS LOBA DAWA

by UNITRI Press

Submission date: 25-Apr-2022 12:29AM (UTC-0400)

Submission ID: 1740949146

File name: PETRUS_LOBA_DAWA.docx (42.34K)

Word count: 847

Character count: 5681

**STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA MEMPERTAHANKAN PENDAPATAN
DI SAAT PANDEMI COVID-19**

(Studi pada Toko Sumber Jaya Grosir Malang)

SKRIPSI



Oleh:

PETRUS LOBA DAWA

2018120242

5
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2022

STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA MEMPERTAHANKAN PENDAPATAN DI SAAT PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Toko Sumber Jaya Grosir Malang)

ABSTRAK

Tingkat strategi pemasaran yang efektif dan efisien pada masa wabah covid-19 merupakan salah satu hal yang menuntut setiap kegiatan pemasaran untuk mampu melaksanakan kegiatan ekonomi dalam usaha mempertahankan pendapatan. Kegiatan pemasaran ini melibatkan suatu konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi pemasaran yang di terapkan oleh toko Sumber Jaya Grosir Malang dalam usaha mempertahankan pendapatan. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Adapun jenis dan sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder, serta teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi partisipan dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah 4P *marketing mix* yaitu *product, price, promotion, place*. Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dikatakan bahwa Toko Sumber Jaya Grosir memiliki strategi-strategi dalam usaha mempertahankan pendapatan yaitu dengan menjual sembako yang berkualitas tinggi, promosi dari mulut ke mulut, serta memanfaatkan media sosial dengan melakukan pemasaran secara online.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran dan Mempertahankan Pendapatan

PENDAHULUAN**1. Latar Belakang**

Malang mengalami peningkatan usaha, hal itu dapat dilihat dengan adanya perkembangan usaha dimana jenis produk yang sama banyak dijual oleh para usahawan. Berkualitas serta berkomoditasnya produk merupakan hal utama yang perlu ditingkatkan oleh para usahawan dalam memasarkan setiap produk-produknya, yang mana dapat meningkatkan atau memaksimalkan pendapatan. Dengan ini, para pelaku usaha dituntut untuk semakin tanggap dan cepat pada saat mengambil keputusan dalam menghadapi peningkatan persaingan usaha yang sedang berkelanjutan dan semuanya adalah semata-mata bertujuan agar perkembangan usaha yang didirikan dapat berjalan dengan baik.

Memilih dan menganalisis sasaran pasar merupakan suatu strategi pemasaran yang mesti dilakukan oleh seseorang maupun kelompok dalam mencapai suatu hasil yang baik dan sasaran dapat memuaskan. Memiliki kebutuhan yang beraneka ragam dalam kehidupan bermasyarakat merupakan hal utama dalam kehidupan manusia maka untuk memenuhi kebutuhan tersebut manusia harus bekerja. Entah itu bermitra pada usaha orang lain ataupun membuka usaha sendiri. Keuntungan merupakan sebuah tujuan utama dari pelaku usaha dan hal ini juga merupakan sebagai tolak ukur sukses atau tidaknya pelaku usaha dalam mencapai suatu tujuan.

Maraknya wabah pandemi covid-19 sangat berdampak dalam kehidupan masyarakat secara mendunia, semuanya dapat terlihat dari seluruh sektor kehidupan masyarakat, dimana tentunya aktivitas sosial atau adanya larangan sementara waktu, ekonomi yang melemah, ditutupnya pariwisata, adanya pengurangan pelayanan transportasi dan diatur ketat, pusat perbelanjaan yang sepi pengunjung dan adanya penutupan sektor informasi seperti ojek online, pedagang kaki lima, sopir angkot, UMKM, pedagang keliling dan pusat-pusat perdagangan seperti mal, pemerintah menutup tempat hiburan, tempat wisata, berbelanja dan bekerja dilakukan di rumah secara online, efek yang begitu terasa dimana perekonomian di seluruh dunia mengalami penurunan, mewajibkan masyarakat mampu memiliki usaha dan juga harus mengatur strategi pemasaran sehingga pendapat usaha dapat dipertahankan.

Penjualan produk merupakan salah satu sasaran strategi pemasaran, memperhatikan setiap hal-hal penting yang bertujuan dalam menyampaikan arahan terhadap setiap usaha dari waktu ke waktu, acuan, serta alokasinya, yang paling penting adalah selalu memahami keadaan dan situasi yang ada dimana agar peningkatan pendapatan selalu stabil.

Strategi pemasaran pada suatu perusahaan dilakukan bukan hanya sekali saja, melainkan proses panjang yang dilalui untuk mencapai strategi pemasaran yang sejalan dengan perusahaan tersebut. Medan tempur merupakan ibarat kata yang diberikan kepada para usahawan dan para pedagang yang beroperasi dalam bidang yang sama sehingga sangat perlu sekali terciptanya strategi pemasaran agar bisa menjalankan memenangi peperangan yang berlangsung dalam segala proses.

Philip Kotler (2012) mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dalam penjualan pada tingkat bauran pemasaran adalah cara dimana fungsi pemasaran mengatur strategi pemasaran.

Penelitian Dalam Usaha Mempertahankan Pendapatan di saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Toko Sumber Jaya Grosir Malang) ini berlokasi di Jl. Raya Semanding 23, Dau-Malang terdapat sebuah usaha yang berjualan sembako yang menjual barang-barang yang merupakan kebutuhan utama masyarakat pada umumnya diantaranya adalah beras, telur ayam, tepung terigu dan barang lainnya. Memiliki harga yang relatif murah dan lengkapnya semua produk sembako yang di jual merupakan ciri-ciri utama dari pada Toko Sumber Jaya Grosir.

Yang dibahas pada penelitian ini adalah strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan pendapatan dan penelitian ini bisa dijadikan referensi penulis tentang meningkatkan strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan sehingga mengambil judul **STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA MEMPERTAHANKAN PENDAPATAN DI SAAT PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Toko Sumber Jaya Grosir Malang)**

6

2. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pada Toko Sumber Jaya Grosir Malang dalam usaha mempertahankan pendapatan di saat pandemi Covid-19?

3. Tujuan Penelitian

2 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan pada Sumber Jaya Grosir Malang dalam mempertahankan pendapatan di saat pandemi Covid-19.

4. **Manfaat Penelitian**

1. Toko Sumber Jaya Grosir

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dalam menerapkan dan menjalankan strategi pemasaran untuk mempertahankan pendapatan.

2. Universitas

Bagi universitas dapat digunakan sebagai rujukan oleh mahasiswa pada penelitian-penelitian selanjutnya terutama dalam mempertahankan pendapatan

3. Peneliti.

Bagi peneliti dapat memberikan manfaat untuk mengimplementasikan ilmu manajemen pemasaran terutama yang menyangkut strategi pemasaran dalam usaha mempertahankan pendapatan di saat pandemi covid-19 (studi pada toko Sumber Jaya Grosir Malang).

PETRUS LOBA DAWA

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	8%
2	core.ac.uk Internet Source	1%
3	projasaweb.com Internet Source	1%
4	www.coursehero.com Internet Source	1%
5	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	1%
6	rahayudianrahmani.blogspot.com Internet Source	1%
7	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1%
8	Theresia Octastefani, Bayu Mitra Adhyatma Kusuma. "PERAN PEMERINTAH KABUPATEN MALANG DALAM MENINGKATKAN PEMBANGUNAN EKONOMI DAERAH MELALUI	1%

SEKTOR PARIWISATA", JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik), 2015

Publication

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On