

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Tahu Dimasa Pandemi Covid 19 Dalam Meningkatkan Pendapatan Dan Taraf Hidup Pelaku Umkm (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu 16c kota metro)

Like Erna Widyawati

Universitas Muhammadiyah Metro

e-mail:likeerna12@gmail.com

Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran tahu dimasa pandemi covid 19 dalam meningkatkan pendapatan dan taraf hidup pelaku umkm (studi kasus pada pabrik tahu 16c kota metro). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1. Bagaimana mengetahui strategi pemasaran tahu dimasa pandemi covid19. 2. Bagaimana mengetahui dampak dari strategi pemasaran tahu dalam upaya meningkatkan pendapatan pelaku UMKM dikelurahan Mulyo Jati. Jenis penelitian ini adalah kualitatif, pengumpulan data dengan metode wawancara dan dokumentasi. Kemudian data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan jenis penelitian ini berdasarkan pokok masalah yang akan dikaji.

Hasil penelitian ini menunjukkan 1.strategi pemasaran tahu dimasa pandemi covid 19 dalam meningkatkan pendapatan dan taraf hidup pelaku umkm dikelurahan mulyo jati 16c melalui staregi produk, startegi harga, startegi distribusi dan strategi promosi. Dampak strategi pemasaran tahu dimasa pandemi covid 19 dalam meningkatkan pendapatan dan taraf hidup pelaku umkm(studi kasus pada pabrik tahu 16c kota metro). Dimana jika melakukan pemasaran tahu terus-menerus akan berdampak pada peningkatan pendapatan. Adapun dampak negatif yang dihadapi dalam hal ini dimana terdapat beberapa keluhan dari pelanggan mengenai tingkat pemotongan tahu, namun semua itu dapat diatasi oleh pemilik usaha dengan kerja sama karyawan

Kata Kunci: Strategi,Pemasaran pendapatan dan taraf hidup pelaku UMKM