

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN BISNIS KONVEKSI NCM DALAM  
MEMPERTAHANKAN USAHA PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA  
NGUWOK KECAMATAN MODO KABUPATEN LAMONGAN**

Nama Mahasiswa : Megarivera Maxima

NIM : 1031710037

Dosen Pembimbing : Ahmad Dahlan Malik, B.A.(Hons)., M.Ec., CFP®

**ABSTRAK**

Penelitian yang dilatar belakangi oleh dampak yang disebabkan oleh pandemi *Covid-19* yang sedang dialami oleh Negara-Negara di seluruh Dunia, termasuk Negara Indonesia. Salah satu faktor yang terdampak adalah ekonomi karena adanya kebijakan pemerintah tentang Pembatasan Sosial Besar yang memaksa masyarakat untuk mengurangi kegiatan diluar rumah. Hal ini merupakan tantangan bagi para pelaku usaha untuk terus mempertahankan usahanya dimasa pandemi ini. Para pengusaha dituntut untuk menetapkan strategi pemasaran yang sesuai agar produk tetap laku terjual di masa pandemi ini. Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi bauran pemasaran usaha konveksi Ncm dalam mempertahankan usahanya pada masa pandemi *Covid-19*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang menggunakan pendekatan studi kasus (*Case Study*), sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan penyajian data, reduksi data, *verification*, dan triangulasi data. Hasil penelitian ini data yang diperoleh adalah dalam mempertahankan usaha di masa pandemi Covid-19 konveksi Ncm menggunakan bauran strategi pemasaran 4P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat) dan *Promotion* (Promosi), yaitu dengan mengembangkan produk baru dengan berinovasi memproduksi pakaian berbahan kaus dengan variasi sablon dan terus mengembangkan produk-produk dengan *design* terbaru dengan selalu meningkatkan kualitas pelayanan 5P (salam, sapa, seyum, sopan dan santun), dengan memberikan harga yang terjangkau dengan produk yang berkualitas dan memberikan diskon 5-20%, untuk penjualan menggunakan strategi insentif serta menggunakan platform media marketing *e-commerce shopee*, dan media sosial seperti, *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, sekaligus memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi penjualan atau periklanan(*advertising*). Dengan sering mengadakan *flash sale*, memiliki strategi dalam mengatur waktu penjualan di media sosial, memiliki grup untuk para distributor, adanya strategi *sales promotion* dan strategi dari mulut ke mulut.

**Kata Kunci:** *Bauran Pemasaran, Pandemi Covid-19, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Konveksi, Strategi Mempertahankan Usaha*

**STRATEGY MARKETING MIX BUSINESS CONVECTION NCM IN MAINTAINING  
BUSINESS DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN NGUWOK VILLAGE, MODO  
DISTRICT, LAMONGAN REGENCY**

Name : Megarivera Maxima  
NIM : 1031710037  
Advisor : Ahmad Dahlan Malik, B.A.(Hons),, M.Ec., CFP®

**ABSTRACT**

*The research is based on the impact caused by the Covid-19 pandemic that is being experienced by countries around the world, including Indonesia. One of the affected factors is the economy because of the government's policy on Large Social Restrictions which forces people to reduce activities outside the home. This is a challenge for business actors to continue to maintain their business during this pandemic. Entrepreneurs are required to establish appropriate marketing strategies so that products can still sell well during this pandemic. The focus of this research is how the marketing mix strategy of Ncm's convection business is in maintaining its business during the Covid-19 pandemic. This type of research is qualitative using a case study approach. The sources of data obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques by observation, interviews, and documentation. The data analysis technique uses data presentation, data reduction, verification, and data triangulation. The results of this study are the data obtained in maintaining business during the Covid-19 pandemic, Ncm convection uses a 4P marketing strategy mix, namely Product (Product), Price (Price), Place (Place) and Promotion (Promotion), namely by developing new products with innovate to produce clothes made from t-shirts with variations in screen printing and continue to develop products with the latest designs by always improving the quality of 5P services (greetings, greetings, smiles, politeness and courtesy), by providing affordable prices with quality products and giving discounts of 5-20 %, for sales using an incentive strategy as well as using the Shopee e-commerce marketing media platform, and social media such as WhatsApp, Facebook, Instagram, as well as utilizing social media to conduct sales promotions or advertising (advertising). By frequently holding flash sales, having a strategy in managing sales time on social media, having a group for distributors, having a sales promotion strategy and word of mouth strategy.*

**Keywords:** *Marketing Mix, Covid-19 Pandemic, Convection Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Strategy to Maintain Business.*