

ABSTRAK

Puspita Triwidya Sutrisno, 2022, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Sosial pada Masa Pandemi Covid-19 pada UMKM Family Bakery di Desa Kolpajung, Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura.
Dosen Pembimbing: Dr. Farid Firmansyah, MM.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Produk, Media sosial, Pandemi Covid-19, UMKM*

Salah satu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang juga terdampak pandemi *Covid-19* adalah UMKM Family Bakery Pamekasan. Dampak pandemi yang dirasakan oleh Family Bakery adalah terjadinya penurunan omset sekitar 50% dari pendapatan biasanya. Strategi promosi yang digunakan Family Bakery adalah media sosial aplikasi *Whatsapp* untuk mempromosikan produk dengan mudah. Hal tersebut sangat berbeda dengan lima Bakery lainnya yang di jadikan perbandingan diatas, dimana kelima UMKM tersebut menggunakan berbagai macam media sosial dalam pemasarannya. Namun, Family Bakery tetap menjadi pemasok pada toko-toko besar dan kecil yang ada di Kota Pamekasan.

Berdasarkan hal tersebut, maka ada lima fokus penelitian yang menjadi kajian utama pada penelitian ini, yaitu *Pertama*, bagaimana dampak pada masa pandemi *Covid-19* pada penjualan di Family Bakery. *Kedua*, penerapan strategi pemasaran upaya meningkatkan pendapatan pada masa pandemi *Covid-19*. *Ketiga*, peluang dan kendala pada masa pandemi *Covid-19* di Family Bakery di Desa Kolpajung, Pamekasan. *Keempat*, bagaimana cara memaksimalkan peluang. *Kelima*, bagaimana mengantisipasi kendala pada Family Bakery di Desa Kolpajung, Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian merupakan deskriptif. Dalam pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dengan melakukan Reduksi Data, Penyajian Data dan Menarik Kesimpulan. Data yang diperoleh dari lapangan di cek keabsahan data melalui ketekunan pengamatan dan triangulasi metode.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Pertama*, pada masa pandemi *Covid-19* Family Bakery mengalami penurunan pendapatan hingga 50%, adanya pengurangan karyawan, bahan baku roti menjadi langka dan mahal, dan adanya pengembalian produk (*return*). *Kedua*, strategi yang digunakan oleh Family Bakery untuk bertahan pada masa pandemi *Covid-19* adalah penggunaan media sosial seperti *Whatsapp*, pembuatan produk baru dengan kemasan yang menarik. *Ketiga*, peluang dari Family Bakery adalah memiliki cangkupan pasar yang luas, dan adapun kendala Family Bakery, yaitu kurangnya pelatihan tentang *digital marketing* dan munculnya pesaing baru. *Keempat*, untuk memaksimalkan peluang pada Family Bakery yaitu dengan meningkatkan perencanaan dan strategi yang ada. *Kelima*, Family Bakery memiliki berbagai macam kendala yang harus dihadapi, namun hal tersebut masih bisa dikendalikan dengan berbagai macam kekuatan yang ada.