

ABSTRAK

Penelitian peningkatan daya marketing bagi UMKM di masa pandemi studi kasus konveksi “Sanni Fashion” desa Purwosari oleh Thoriqul Jannah Ayu Safitri NIM 1720210118

Tujuan adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sebuah UMKM mempertahankan usahanya di tengah krisisnya masa pandemi dengan melalui cara peningkatan daya marketing dengan studi kasus di UMKM Konveksi “Sanni Fashion” yang terletak di desa Purwosari kabupaten Kudus. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan melalui buku, jurnal dan website yang menjelaskan tentang UMKM di masa pandemic. Teknik yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur dan studi kepustakaan. Informan yang dijadikan penelitian adalah owner (pemilik usaha), admin dan karyawan toko. Hasil penelitian dari dapat disimpulkan bahwa peningkatan daya marketing yang dilakukan oleh Sanni Fashion pada masa pandemic ini dengan melakukan inovasi produk, menggunakan e-commerce dan melakukan promosi dengan diskon.

Kata kunci: perkembangan, inovasi, marketing mix