

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 yang telah meluas ke berbagai belahan dunia, tidak hanya membawa penyakit tetapi juga membawa dampak-dampak kepada sektor-sektor di kehidupan, salah satunya adalah sektor perekonomian. Ekonomi adalah salah satu faktor penting dalam kehidupan manusia. Coffee shop merupakan salah satu bidang bisnis yang juga mengalami dampak yang disebabkan kebijakan pemerintah dalam menanggulangi dan mencegah penyebaran virus COVID-19, yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang menghimbau masyarakat untuk mengkarantina di dalam suatu wilayah dan berdiam di dalam rumah. Selama Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) masyarakat dianjurkan beraktifitas dirumah seperti sekolah, kerja, dan juga beribadah. Penelitian ini membahas tentang strategi promosi di cafe yang terkena dampak Pandemi COVID-19 yang bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Masalalu Cafe pada masa sebelum dan di masa pandemi COVID-19. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Proses pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis melalui kegiatan wawancara dengan pemilik dan karyawan Masalalu Cafe dan observasi secara langsung untuk mengetahui hasil dan kebenaran data. Pendukung dari kelengkapan data didapatkan dari hasil dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Masalalu Cafe menggunakan beberapa dimensi dari bauran promosi sebagai strategi promosinya pada sebelum masa pandemi COVID-19. Sedangkan, pada selama pandemi COVID-19 Masalalu Cafe tidak banyak mengalami perubahan pada strategi promosinya. Hanya ada beberapa dimensi bauran promosi yang tidak digunakan karena pandemi COVID-19. Selama pandemi COVID-19 Masalalu Cafe lebih menggunakan promosi yang bisa dilakukan melalui media sosial dan lebih menekankan pada penjualan *online* nya. Sehingga Masalalu Cafe bisa bertahan selama masa pandemi COVID-19 dan bisa bersaing dengan cafe-cafe lainnya.

Kata kunci : Covid-19, Coffee Shop, Strategi Promosi

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic, which has spread to various parts of the world, has not only brought disease but also has impacts on sectors of life, one of which is the economic sector. Economy is one of the important factors in human life. Coffee shops are one of the business sectors that have also experienced an impact due to government policies in dealing with and preventing the spread of the COVID-19 virus, namely Large-Scale Social Restrictions (PSBB) which urges people to quarantine in an area and stay at home. During Large-Scale Social Restrictions (PSBB), the community is encouraged to do activities at home such as school, work, and also worship. This research discusses promotional strategies in cafes affected by the COVID-19 pandemic, which aims to determine the promotional strategies carried out by Masalalu Cafe in the period before and during the COVID-19 pandemic. This research is a qualitative research. The data collection methods used by the author are interviews, observation and documentation. The data collection process was carried out by the author through interviews with the owners and employees of Masalalu Cafe and direct observation to find out the results and correctness of the data. Support for the completeness of the data is obtained from the results of documentation and literature study. The results of this study show that Masalalu Cafe uses several dimensions of the promotional mix as a promotional strategy before the COVID-19 pandemic. Meanwhile, during the COVID-19 pandemic Masalalu Cafe did not experience many changes in its promotion strategy. There are only a few dimensions of the promotional mix that have not been used due to the COVID-19 pandemic. During the COVID-19 pandemic Masalalu Cafe used more promotions that could be done through social media and put more emphasis on online sales. So that Masalalu Cafe can survive during the COVID-19 pandemic and can compete with other cafes.

Keywords: Promotional Strategy, Coffee Shop, Covid-19