

**STRATEGI PROMOSI DALAM SITUASI PANDEMI COVID 19 PADA
UD. KOPI BUBUK BALI BANYUATIS SINGARAJA**

Oleh:

I Dewa Ayu Febriyanti, NIM 1417011050

Program Studi Pendidikan Ekonomi Program S1

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi dalam situasi pandemi Covid 19 pada UD. Kopi Bubuk Bali Banyuatis Singaraja. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam kepada staf perusahaan, didapatkan bahwa strategi promosi masa pandemi adalah dengan meluncurkan produk bali tulen dengan harga terjangkau juga memberikan promosi berupa pembelian paket hadiah gelas, dengan menjaga kualitas produk, promosi di area-area publik dan media sosial. UD. Kopi Bubuk Bali Banyuatis sudah melakukan bauran pemasaran sehingga penjualan dipertahankan.

Kata kunci: Covid 19, Bauran Pemasaran, Strategi Promosi.

**STRATEGI PROMOSI DALAM SITUASI PANDEMI COVID 19 PADA
UD. KOPI BUBUK BALI BANYUATIS SINGARAJA**

Oleh:

I Dewa Ayu Febriyanti, NIM 1417011050

Program Studi Pendidikan Ekonomi Program S1

ABSTRCT

This research is a qualitative research that aims to describe the promotion strategy in the Covid 19 pandemic situation at UD. Bali Banyuatis Singaraja Coffee Powder. This research was conducted through in-depth interviews with company staff, it was found that the promotion strategy during the pandemic was to launch genuine Balinese products at affordable prices as well as provide promotions in the form of purchasing glass prizes, maintaining product quality, promotion in public areas and social media. UD. Bali Banyuatis Coffee Powder has implemented a marketing mix so that sales are maintained.

Keywords: Covid 19, Marketing Mix, Promotion Strategy.

