

ABSTRACT

Reni Setya Wulandari, Business Phenomenon During the Covid-19 Pandemic (Study on Siwil Snack Business Actors in Socah Village, Socah District, Bangkalan Regency). Under the Guidance of Dr. Anita Kristina S.E.,M.si

The purpose of this study was to identify, describe, and analyze the phenomenon of the siwil snack home-based business producer in Socah Village during the covid-19 pandemic. In this study using qualitative methods of phenomenological studies. Data collection techniques used are interviews and documentation. In this study, triangulation of sources and theory was used, then the data were drawn. The results of this study indicate that the phenomenon of siwil snack producers during the covid-19 pandemic is that there is no significant change in the decisions used during the pandemic. The defensive strategy used by each business actor is different and not all strategies are carried out. Efforts to increase profits during the pandemic are utilizing social media, providing the best service, and maintaining product quality. Almost all business actors use this effort and some business actors do not use social media due to lack of knowledge about marketing.

Keywords : Business actr Phenomenon, Home Business, Covid-19

ABSTRAK

Reni Setya Wulandari, Fenomena Pelaku Usaha Selama Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pelaku Usaha Cemilan Siwil di Desa Socah Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan). Dibawah Bimbingan Dr. Anita Kristina S.E.,M.si

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, mendiskrisikan, dan menganalisis fenomena pelaku usaha cemilan siwil di Desa Socah saat pandemi covid-19. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, kemudian data dianalisis dan ditarik kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena pelaku usaha cemilan siwil saat pandemi covid-19 yaitu tidak adanya perubahan yang signifikan terhadap keputusan yang digunakan selama pandemi. Strategi bertahan yang digunakan pada setiap pelaku usaha berbeda dan tidak semua strategi yang dilakukan. Upaya untuk meningkatkan keuntungan selama pandemi yaitu memanfaatkan media sosial, memberikan pelayanan terbaik, dan mempertahankan kualitas produk. Hampir semua pelaku usaha menggunakan upaya itu dan beberapa pelaku usaha yang tidak memanfaatkan media sosial karena kurangnya pengetahuan tentang pemasaran.

Kata Kunci : Fenomena Pelaku Usaha, Usaha Rumahan, Covid-19