

ABSTRAK

Survival Strategi Ombein Di Masa Pandemi

Oleh:

Deva Revana Jayadi

18071264

Indonesia pada awal tahun 2020 terjangkit virus yang dapat di katakan sangat berbahaya yaitu virus Covid-19 sehingga menjadikan hal ini sebagai pandemi yang membuat keterbatasan kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat untuk melakukan aktifitas sehari-hari. Mulai dari kegiatan pembelajaran hingga mata pencaharian masyarakat dilakukan secara daring untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19. Hal ini membuat beberapa usaha yang tidak dapat melakukan kegiatan secara daring menjadi tumbang sehingga dengan adanya pandemi ini perekonomian Indonesia juga terdampak. Namun dalam penelitian ini akan membahas usaha minuman kekinian dengan nama brand Ombein yang diketahui awal pembukaan usaha ini pada awal pandemi covid-19 berlangsung akan tetapi Ombein mampu bertahan dan berkembang di masa pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini akan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendapatkan data yang valid peneliti menggunakan wawancara, observasi serta dokumentasi secara langsung maupun tidak langsung ke Ombein sebagai cara menganalisis data dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan konsep teori yang di kemukakan Suharto (2009) yang memiliki tiga strategi yaitu 1.) Strategi Aktif, 2.) Strategi Pasif, 3.) Startegi Jaringan. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui startegi bertahan yang dilakukan oleh Ombein sebagai usaha baru di masa pandemi dapat berkembang dan bertahan. Dengan menggunakan Digital Marketing Ombein dapat melakukan promosi sebagai media pemasaran yang digunakan pada saat pandemi Covid-19 berlangsung.

Kata Kunci : Strategi, Covid-19, Survival (Bertahan), Digital Marketing.