

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEHATI KATERING DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN YANG DINAMIS DI ERA DIGITAL

Oleh
Fathan Karim

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendekatan pemasaran yang digunakan oleh Sehati Katering untuk menghadapi persaingan yang dinamis pada era digital. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Keabsahan data menggunakan triangulasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Hasil penelitian yang ditemukan menyatakan bahwa: Strategi pemasaran *via online* memberikan dampak yang sangat signifikan pada efektivitas dan efisiensi kegiatan usaha Sehati Katering. Kunci keberhasilan pemasaran *via online* sangat didukung dengan adanya kepercayaan atau *trust* konsumen terhadap merek Sehati Katering yang sudah terbangun selama proses pemasaran *offline* berlangsung. Artinya pendekatan pemasaran *via online* dan *offline* saling melengkapi satu sama lain.

Kata kunci : Industri Mikro dan Kecil, Pemasaran *online*

ANALYSIS OF SEHATI CATERING'S MARKETING STRATEGY IN FACING DYNAMIC COMPETITION IN THE DIGITAL ERA

By
Fathan Karim

ABSTRACT

This research aims to find out the marketing approach used by Sehati Catering to face dynamic competition in the digital era. This research is a descriptive qualitative research. The data collection techniques used are interviews, observations and documentation. The data was used triangulation. The data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and conclusion drawn. The results of the study found that: Online marketing strategy has a very significant impact on the effectiveness and efficiency of Sehati Catering business activities. The key to the success of online marketing is strongly supported by the trust of consumers in the Sehati Catering brand that has been built during the offline marketing process. This means that online and offline marketing approaches complement each other.

Keywords : Micro and Small Industries, Online marketing