

ABSTRAK

WINA HANNA SIREGAR. Strategi Pelatihan Memasarkan Hasil Usaha Bagi Karyawan Pabrik Roti Kacang Rajawali Pada Masa Pasca Pandemi Di Kota Tebing Tinggi. Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Medan, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pelatihan yang efektif dalam memasarkan produk bagi karyawan Pabrik Roti Kacang Rajawali pasca pandemi COVID-19. Penelitian ini dilaksanakan di Pabrik Roti Kacang Rajawali, Kota Tebing Tinggi, yang merupakan salah satu usaha kecil menengah (UKM) yang berusaha bangkit setelah dampak pandemi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena yang terjadi di lapangan. Subjek dalam penelitian ini ada 4 orang yang merupakan karyawan Pabrik Roti Kacang Rajawali yang terlibat dalam proses pemasaran produk. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelatihan memasarkan hasil usaha bagi karyawan pabrik roti kacang dilakukan dengan peningkatan keterampilan digital, pelatihan pengelolaan anggaran, pemasaran melalui platform sosial media namun terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi dalam proses pelatihan pemasaran, antara lain kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital, perubahan perilaku konsumen yang cepat, keterbatasan anggaran untuk pelatihan. Penelitian ini merekomendasikan perlunya pendekatan pelatihan yang lebih inklusif dan adaptif untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam memasarkan produk secara efektif di era pasca-pandemi.

Kata Kunci: Strategi pelatihan, Pemasaran Produk, Pasca Pandemi COVID-19.

ABSTRACT

WINA HANNA SIREGAR. Marketing Training Strategy for Employees of Rajawali Peanut Bread Factory in the Post-Pandemic Period in Tebing Tinggi Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Medan, 2024.

This study aims to analyze effective training strategies in marketing products for employees of Rajawali Peanut Bread Factory after the COVID-19 pandemic. This research was conducted at Rajawali Peanut Bread Factory, Tebing Tinggi City, which is one of the small and medium enterprises (SMEs) that are trying to recover after the impact of the pandemic. The type of research used is qualitative descriptive research, which aims to describe and understand the phenomena that occur in the field. The subjects in this study were 4 people who were employees of the Rajawali Peanut Bread Factory who were involved in the product marketing process. Data collection techniques were carried out through observation, in-depth interviews, and documentation. The data analysis techniques used were data collection, data reduction, and drawing conclusions based on the information that had been collected. The results of the study indicate that the marketing training strategy for employees of the peanut bread factory is carried out by improving digital skills, budget management training, marketing through social media platforms, but there are several problems faced in the marketing training process, including lack of understanding and skills in digital marketing, rapid changes in consumer behavior, limited budget for training. This study recommends the need for a more inclusive and adaptive training approach to improve employees' ability to market products effectively in the post-pandemic era.

Keywords: Training strategy, Product Marketing, Post COVID-19 Pandemic.