

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Bisnis Konveksi Dalam Mempertahankan Usahanya Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Usaha Konveksi Shabrina Collection Tulungagung)” yang ditulis oleh Vivi `Ainil Mufidah, NIM. 17402163650 pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dampak yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang sedang dialami oleh negara-negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Salah satu sektor yang terdampak adalah ekonomi karena adanya kebijakan pemerintah tentang Pembatasan Sosial Skala Besar yang memaksa masyarakat untuk mengurangi kegiatan di luar rumah. Hal ini merupakan tantangan bagi para pelaku usaha untuk terus mempertahankan usahanya dimasa pandemi ini. Para pengusaha dituntut untuk menetapkan strategi yang sesuai agar produk tetap laku terjual pada masa pandemi ini

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana Strategi pemasaran bisnis konveksi Shabrina Collection dalam mempertahankan usahanya pada masa pandemi Covid-19. (2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat Strategi pelaku bisnis konveksi Shabrina Collection dalam mempertahankan usahanya pada masa pandemi Covid-19.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, paparan data dan penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) Strategi pemasaran bisnis konveksi Shabrina Collection dalam mempertahankan usahanya pada masa pandemi Covid-19 melalui strategi produk adalah melakukan inovasi-inovasi pada produk lama dan berinovasi dengan memproduksi produk baru, serta mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan, 2) Strategi pemasaran melalui strategi harga adalah dengan memberikan harga terbaik bagi para pelanggan Shabrina Collection, 3) Strategi pemasaran melalui strategi tempat adalah dengan menggunakan penjualan menggunakan media sosial sehingga jual beli dilakukan secara online tanpa pelanggan datang ke *store* Shabrina Collection Tulungagung, 4) Strategi pemasaran melalui strategi promosi adalah dengan memanfaatkan promosi melalui sosial media sebagai tempat untuk mengenalkan produk-produk terbaru agar pelanggan dapat mengetahui dan tertarik untuk membeli produk tersebut, 5) Faktor Penghambat Strategi pemasaran konveksi Shabrina Collection adalah adanya pesaing yang meniru model produk Shabrina, kelangkaan dan kenaikan harga bahan baku, kebijakan penutupan pasar, informasi yang diberikan tidak tersampaikan dengan baik kepada pelanggan, 6) Faktor pendukung strategi pemasaran konveksi Shabrina Collection adalah selalu menjaga ciri khas serta kualitas produk Shabrina, Memberikan promo berupa potongan harga, memberikan potongan harga, dan melakukan evaluasi pada iklan yang diterbitkan sehingga informasi tersampaikan dengan baik ke pelanggan.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Covid-19, Konveksi Shabrina Collection Tulungagung, Strategi Mempertahankan Usaha.*

ABSTRACT

Thesis with the title "Convection Business Marketing Strategy in Maintaining Its Business During the Covid 19 Pandemic (Case Study on the Convection Business of Shabrina Collection Tulungagung)" written by Vivi `Ainil Mufidah, NIM. 17402163650 supervisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

This research is motivated by the impact caused by the Covid-19 pandemic that is being experienced by countries around the world, including Indonesia. One of the sectors affected is the economy because of the government policy on Large-Scale Social Restrictions which forces people to reduce activities outside the home. This is a challenge for business actors to continue to maintain their business during this pandemic. Entrepreneurs are required to establish an appropriate strategy so that products continue to sell well during this pandemic

The research focus in this thesis is (1) How is the marketing strategy for the Shabrina Collection convection business in maintaining its business during the Covid-19 pandemic. (2) What are the supporting and inhibiting factors for the strategy of the Shabrina Collection convection business in maintaining their business during the Covid-19 pandemic.

This type of research is qualitative using a descriptive approach. The data sources obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques with observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data exposure and drawing conclusions.

The results of this study indicate that, 1) The marketing strategy for the Shabrina Collection convection business in maintaining its business during the Covid-19 pandemic through product strategy is to innovate old products and innovate by producing new products, as well as maintaining product quality and improving service quality to customers, 2) Marketing strategy through a pricing strategy is to provide the best price for Shabrina Collection customers, 3) Marketing strategy through a place strategy is to use sales using social media so that buying and selling is done online without customers coming to the Shabrina Collection Tulungagung store, 4) Marketing strategy through promotion strategy is to take advantage of promotion through social media as a place to introduce the latest products so that customers can find out and be interested in buying the product, 5) Inhibiting Factors Convection marketing strategy Sha Brina Collection is a competitor who mimics the Shabrina product model, scarcity and increase in raw material prices, market closure policies, information provided is not well conveyed to customers, 6) The supporting factors for the Shabrina Collection convection marketing strategy are always maintaining the characteristics and quality of Shabrina products , Provide promos in the form of discounts, provide discounts, and evaluate published advertisements so that information is conveyed properly to customers.

Keywords: *Marketing Mix, Covid-19, Convection Shabrina Collection Tulungagun, Business Sustainability Strategy.*