

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Bisnis Online Shop dalam Menghadapi Adanya Pandemi Covid-19 di Kalangan Mahasiswa IAIN Tulungagung” ini ditulis oleh Vivit Wirdahayu, NIM. 12402173435 dengan pembimbing bapak Dr. H.Dede Nurrohman, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya Covid-19 yang berdampak kepada segala sektor, terutama setor perekonomian. Salah satu sektor perekonomian yang menjadi dampak adanya covid – 19 adalah bisnis online. Apalagi bisnis online saat ini merupakan bisnis yang sangat digemari oleh kebanyakan orang, salah satunya adalah mahasiswa. Fokus penelitian ini ada tiga, yaitu 1) Bagaimana perkembangan bisnis online shop di kalangan mahasiswa IAIN Tulungagung ? 2) Apa dampak yang dirasakan oleh pemilik bisnis online shop saat terjadinya wabah Covid-19? 3) Strategi pemasaran syariah bisnis online apa yang digunakan pemilik bisnis online shop saat terjadinya wabah Covid-19 agar usahanya tetap berkembang?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, sumber data yang diperoleh dari informan, situasi lokasi, dan berkas – berkas dokumentasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) Perkembangan bisnis online shop di kalangan mahasiswa IAIN Tulungagung cenderung sangat berkembang dan banyak diminati. Hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya mahasiswa yang melakukan bisnis online dari tahun 2015 – 2020. 2) Adapun dampak yang dirasakan oleh pemilik bisnis online shop saat terjadinya wabah Covid-19 ini adalah menurunnya jumlah permintaan dari konsumen yang mengakibatkan menurunnya jumlah pendapatan dari owner – owner bisnis online tersebut. 3) Adapun strategi pemasaran syariah yang digunakan saat terjadinya wabah Covid-19 ini sesuai dengan bauran pemasaran 4P, yaitu produk yang selalu memberikan kualitas yang terbaik, melakukan promosi dengan cara mengadakan beberapa event seperti give away, diskon, maupun yang lainnya, tempat yang digunakan seperti instagram, Facebook, dan whats app, serta harga yang sedikit diturunkan agar bisa menarik minat konsumen kembali.

Kata Kunci : Bisnis Online, Strategi Pemasaran Syariah, Bauran pemasaran

ABSTRACT

The thesis entitled "Online Shop Business Marketing Strategy in Facing the Covid-19 Pandemic Among IAIN Tulungagung Students" was written by Vivit Wirdahayu, NIM. 12402173435 with mentor Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag.

This research is motivated by the Covid-19 which has an impact on all sectors, especially the economy. One of the economic sectors that has been impacted by the COVID-19 pandemic is online business. Moreover, online business is currently a very popular business by most people, one of which is students. The focus of this research is threefold, namely 1) How is the development of the online shop business among IAIN Tulungagung students? 2) What is the impact felt by online shop business owners during the Covid-19 outbreak? 3) What online business sharia marketing strategy did online shop business owners use during the Covid-19 outbreak to keep their business growing?

This study uses a qualitative research with a descriptive approach, data sources obtained from informants, location situations, and documentation files. The data collection techniques used are interviews, observation, and documentation.

The results of this study are as follows: 1) The development of online shop businesses among IAIN Tulungagung students tends to be very developed and in great demand. This can be seen from the increasing number of students who do online business from 2015 - 2020. 2) The impact felt by online shop business owners during the Covid-19 outbreak was the decrease in the number of requests from consumers which resulted in a decrease in the amount of income from the online business owners. 3) The marketing sharia strategy used during the Covid-19 outbreak is in accordance with the 4P marketing mix, namely products that always provide the best quality, carry out promotions by holding several events such as give aways, discounts, and others. Instagram, Facebook, and whats app, as well as slightly lowered prices in order to attract consumers' interest again.

Keywords: Online Business, Marketing Sharia Strategy, Marketing mix