

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran CV. Fatimah Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19” yang ditulis oleh Dyah Ayu Lestari, NIM. 12405183309, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, yang dibimbing oleh Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya pandemi covid-19 menyebabkan CV. Fatimah mengalami penurunan pada tingkat penjualannya yang disebabkan oleh strategi pemasaran yang kurang tepat untuk di terapkan di situasi pandemi. Sehingga CV. Fatimah perlu untuk melakukan inovasi terkait strategi pemasaran yang efektif dan efisien dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan serta bertahan di masa pandemi covid-19.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran produk CV. Fatimah dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 2) Apa saja kendala yang dihadapi oleh CV. Fatimah dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 3) Apa solusi yang dilakukan oleh CV. Fatimah dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dan naturalistik dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Data bersumber dari data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan tiga metode yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Serta dalam pengecekan keabsahan temuan dilakukan dengan uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji dependabilitas dan uji konfirmabilitas.

Hasil penelitian ini adalah 1) strategi pemasaran produk CV. Fatimah dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran/ *marketing mix* (4p) yaitu produk (product), harga (price), promosi (promotion), dan distribusi (place) sehingga penjualan produk CV. Fatimah tetap berjalan dan bertahan di masa pandemi covid-19. (2) Kendala yang dihadapi oleh CV. Fatimah dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 terdiri dari a) kendala internal : kelangkaan bahan baku, tidak adanya aktivitas promosi secara langsung, pendistribusian barang terganggu b) kendala eksternal : banyaknya persaingan, pesatnya perkembangan teknologi (3) Solusi yang dilakukan oleh CV. Fatimah dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 terdiri dari a) solusi internal : melakukan kerjasama dengan pihak lain, mengoptimalkan pemanfaatan media online, menambah *reseller* dan mengutamakan kejujuran b) solusi eksternal : menjaga kualitas produk dan memperluas pangsa pasar.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan, Covid-19

ABSTRACT

Thesis with the title “CV Marketing Strategy. Fatimah in Increasing Sales During the Covid-19 Pandemic” written by Dyah Ayu Lestari, NIM. 12405183309, Department of Sharia Business Management, which is supervised by Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

This research was motivated by the Covid-19 pandemic causing CV. Fatimah experienced a decline in her level of sales due to inappropriate marketing strategies to be applied in a pandemic situation. So that CV. Fatimah needs to innovate regarding effective and efficient marketing strategies with the aim of increasing sales and surviving the COVID-19 pandemic.

The formulation of the problem in this study are 1) How is the marketing strategy of CV. Fatimah in increasing sales during the covid-19 pandemic 2) What are the obstacles faced by CV. Fatimah in increasing sales during the covid-19 pandemic 3) What solutions did CV. Fatimah in increasing sales during the covid-19 pandemic.

This study uses a phenomenological and naturalistic approach with a qualitative descriptive type of research. Data collection techniques by means of interviews, observation and documentation. Data sourced from primary data and secondary data. Data analysis used three methods, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing. As well as checking the validity of the findings, the credibility test, transferability test, dependability test and confirmability test are carried out.

The results of this study are 1) the product marketing strategy of CV. Fatimah in increasing sales during the COVID-19 pandemic is to use a marketing mix strategy (4p), namely product, price, promotion, and distribution (place) so that sales of CV products. Fatimah continues to walk and survive during the covid-19 pandemic. (2) Obstacles faced by CV. Fatimah in increasing sales during the covid-19 pandemic consists of a) internal constraints: scarcity of raw materials, no direct promotional activities, distribution of goods is disrupted b) external constraints: a lot of competition, rapid technological developments (3) Solutions made by CV . Fatimah in increasing sales during the covid-19 pandemic consists of a) internal solutions: cooperating with other parties, optimizing the use of online media, adding resellers and prioritizing honesty b) external solutions: maintaining product quality and expanding market share.

Keywords: Marketing Strategy, Sales, Covid-19