

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Guna Mempertahankan dan Mengembangkan Usaha UD Rahma Desa Karangrejo Kecamatan Kampak Kabupaten Trenggalek di masa Pandemi Covid-19” ini ditulis oleh Neli Elvi Mardiana, NIM. 12405183041. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keadaan pandemi Covid-19 yang berdampak pada pendapatan ekonomi masyarakat, maka dari itu perlu adanya strategi pemasaran yang tepat supaya dapat bertahan dan mengembangkan usaha dalam menghadapi persaingan antar usaha toko dan adanya masa pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi pemasaran yang diterapkan pada UD. Rahma di masa pandemi Covid-19, menganalisa cara mempertahankan usaha pada UD. Rahma di masa pandemi Covid-19, menganalisa cara mengembangkan usaha pada UD. Rahma di masa pandemi Covid-19, menganalisa apa saja permasalahan yang timbul pada UD. Rahma karena adanya pandemi Covid-19, dan untuk menganalisa solusi yang diterapkan pada UD. Rahma pada saat menghadapi Covid-19.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Data deskriptif adalah data yang diperoleh berupa kata-kata dan tindakan, yang kemudian berusaha dideskripsikan dan diinterpretasikan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara semi terstruktur, observasi partisipan pasif dan dokumentasi. Analisis datanya menggunakan prosedur kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti diantaranya yaitu perencanaan strategi pemasaran yang digunakan dengan membuat inovasi-inovasi terbaru, membuat cabang toko dengan produk barang yang beraneka ragam, menjadikan karyawan yang memiliki semangat berwirausaha, ramah sopan terhadap pelanggan, menerapkan menerapkan promo pada produk dan event tertentu dan juga *dilevery order*. Cara mempertahankan usaha pada masa pandemi Covid-19 yaitu pertama meningkatkan akses produktifitas dengan melakukan perluasan toko dan membuka cabang. Upaya dalam meningkatkan akses pada pasar dalam mengembangkan usaha dengan menerapkan manajemen 4P yaitu product, price, place dan promotion. Serta menjalin kerjasama kemitraan dengan pelanggan yang loyal dapat promosi dari mulut ke mulut dan melakukan pemasaran lewat media online. Permasalahan yaitu yang pertama adalah pada waktu awal pandemi mengalami penurunan pendapatan. Solusinya yaitu dengan menambah cabang, giat melakukan promosi melalui sosial media, dan tetap menyediakan kebutuhan masyarakat.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Mempertahankan, Mengembangkan, Covid-19*

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy to Maintain and Develop UD Rahma's Business, Karangrejo Village, Kampak District, Trenggalek Regency during the Covid-19 Pandemic" was written by Neli Elvi Mardiana, NIM. 12405183041. Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Advisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

This research is motivated by the state of the Covid-19 pandemic which has an impact on people's economic income, therefore it is necessary to have the right marketing strategy in order to survive and develop the business in the face of competition between store businesses and the Covid-19 pandemic. This study aims to analyze the marketing strategy applied to UD. Rahma during the Covid-19 pandemic, analyzed how to maintain a business at UD. Rahma during the COVID-19 pandemic, analyzed how to develop a business at UD. Rahma, during the COVID-19 pandemic, analyzed what problems had arisen at UD. Rahma because of the Covid-19 pandemic, and to analyze the solutions applied to UD. Rahma in the face of Covid-19.

This research uses a qualitative approach and the type of descriptive research. Descriptive data is data obtained in the form of words and actions, which are then attempted to be described and interpreted. Data collection techniques used semi-structured interviews, passive participant observation and documentation. The data analysis uses data condensation procedures, data presentation and drawing conclusions or verification.

The results of the research conducted by researchers include planning marketing strategies used by making the latest innovations, creating branch stores with diverse products, making employees who have an entrepreneurial spirit, being polite to customers, applying promos to products and events. certain and also delivered orders. The way to maintain business during the COVID-19 pandemic is to first increase access to productivity by expanding stores and opening branches. Efforts to increase access to the market in developing a business by implementing 4P management, namely product, price, place and promotion. As well as establishing partnerships with loyal customers, they can promote word of mouth and do marketing through online media. The first problem is that at the beginning of the pandemic there was a decline in income. The solution is to add branches, actively promote through social media, and continue to provide community needs.

Keyword: *Marketing Strategy, Maintain, Develop, Covid-19*