

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Strategi Pemasaran Untuk Mempertahankan Bisnis Pada *Home industry* Khalda Camilan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Jatinom Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar”. Yang ditulis oleh Nasha’ul Khoiriyah, NIM. 12405183206. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dibimbing oleh: Dr. Qomarul Huda, M. Ag.

Penelitian ini dilatar belakang menjelaskan tentang bisnis yang bergerak dalam bidang produksi camilan. Adanya covid-19 menjadikan bisnis terhambat utamanya dalam pemasaran produk karena larangan tatap muka sehingga menjadikan pebisnis harus mampu mempertahankan bisnis yaitu dengan menjalankan sistem pemasaran yang modern melalui media sosial dan selalu berfikir kreatif dan inovatif dalam mengolah produk.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan untuk mempertahankan bisnis pada *Home industry* Khalda Camilan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Jatinom Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar?. 2) Apa kendala dari penerapan strategi pemasaran untuk mempertahankan bisnis pada *Home industry* Khalda Camilan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Jatinom Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar?. 3) Bagaimana solusi dari kendala penerapan strategi pemasaran untuk mempertahankan bisnis pada *Home industry* Khalda Camilan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Jatinom Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif yaitu penelitian yang lebih mengutamakan pengamatan fenomena dan memerlukan insting yang tajam dalam mengambil keputusan. Teknik pengambilan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah 1) Strategi pemasaran yang diterapkan untuk mempertahankan bisnis pada *Home industry* Khalda Camilan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Jatinom Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar yaitu dengan melakukan pemasaran dilakukan promosi melalui pemanfaatan media digital, menetapkan harga yang sesuai kantong masyarakat dan menentukan tempat yang strategis. 2) Kendala dari penerapan strategi pemasaran untuk mempertahankan bisnis pada *Home industry* Khalda Camilan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Jatinom Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar yaitu penurunan pemesanan produk sehingga terjadi penurunan keuntungan, kemudian kendala pada biaya promosi, dan kendala minimnya tempat usaha. 3) Solusi dari kendala penerapan strategi pemasaran untuk mempertahankan bisnis pada *Home industry* Khalda Camilan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Jatinom Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar yaitu melakukan inovasi produk, mempertahankan kualitas produk, melakukan promosi melalui media sosial whatsapp dan jaminan produk halal dan memilih tempat usaha yang strategis.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Mempertahankan Bisnis, *Home industry*, Masa Pandemi.

ABSTRACT

The research was conducted with the title "Marketing Strategies to Maintain Business in the Home Industry of Khalda Snacks During the Covid-19 Pandemic In Jatinom Village, Kanigoro District, Blitar Regency". Written by Nasha'ul Khoiriyah, NIM. 12405183206. Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Tulungagung State Islamic Institute, supervised by: Dr. Qomarul Huda, M. Ag.

The background of this research is to explain about the business that is engaged in the production of snacks. The existence of covid-19 has hampered business mainly in product marketing due to the prohibition of face-to-face contact, thus making businesspeople must be able to maintain business, namely by running a modern marketing system through social media and always thinking creatively and innovatively in processing products.

The formulation of the problem in this study are: 1) How is the marketing strategy applied to maintain business in the Khalda Snack Home industry during the Covid-19 Pandemic in Jatinom Village, Kanigoro District, Blitar Regency?. 2) What are the obstacles to implementing a marketing strategy to maintain business in the Khalda Snack Home industry during the Covid-19 Pandemic in Jatinom Village, Kanigoro District, Blitar Regency?. 3) What is the solution to the problem of implementing marketing strategies to maintain business in the Khalda Snack Home industry during the Covid-19 Pandemic in Jatinom Village, Kanigoro District, Blitar Regency?

This study uses a qualitative approach with a descriptive type, namely research that prioritizes observation of phenomena and requires sharp instincts in making decisions. Data collection techniques with interviews, observation and documentation.

The results of this study are 1)The marketing strategy applied to maintain business in the Khalda Snack Home industry during the Covid-19 Pandemic In Jatinom Village, Kanigoro District, Blitar Regency, namely by doing marketing promotions through the use of digital media, setting prices that fit the community's pockets and determining strategic place. 2)Obstacles from implementing a marketing strategy to maintain business in the Khalda Snack Home industry during the Covid-19 Pandemic in Jatinom Village, Kanigoro District, Blitar Regency, namely a decrease in product orders resulting in a decrease in profits, then constraints on promotion costs, and the lack of a place of business. 3) The solution to the problem of implementing marketing strategies to maintain business in the Khalda Snack Home industry during the Covid-19 Pandemic In Jatinom Village, Kanigoro District, Blitar Regency, namely to innovate products, maintain product quality, promote through social media whatsapp and guarantee halal products and choose strategic place of business.

Keywords: Marketing Strategy, Maintaining Business, Home Industry, Pandemic Period.