

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Strategi Pemasaran Nusa Parfum Indramayu Dalam Mempertahankan Bisnis Ditengah Pandemi COVID-19 Perspektif Ekonomi Islam*” ini ditulis oleh: Siti Musalimatus Sa’adah, NIM 17402153313, Pembimbing Dr. H. Dede Nurohman, M. Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Persaingan yang ketat juga dipengaruhi oleh munculnya pandemi Covid-19 yang melanda hampir seluruh dunia termasuk Indonesia. Hal tersebut mengakibatkan guncangan pada masyarakat hingga menyebabkan kelumpuhan sosial dan perekonomian masyarakat. Dampak adanya pandemi Covid-19 juga dialami oleh Nusa Parfume Indramayu seperti menurunnya daya beli masyarakat dan minat konsumen.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran Nusa Parfum dalam mempertahankan bisnis dimasa pandemik Covid-19?, (2) Bagaimana kendala strategi pemasaran Nusa Parfum dimasa pandemik Covid-19?, (3) Bagaimana solusi dalam menghadapi kendala strategi pemasaran Nusa Parfum dimasa pandemik Covid-19?.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif penerapan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan kemungkinan data yang diperoleh berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya analisis secara mendalam. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dimana dalam skripsi ini akan mendeskripsikan hasil data yang didapatkan dilapangan dari wawancara, observasi dan pengamatan peneliti dilapangan.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa Nusa Parfum Indramayu dalam mempertahankan bisnis ditengah pandemi COVID-19 ini menggunakan strategi bauran pemasaran yakni: Menjual produk dengan kualitas dan mutu yang baik, Inovasi produk, menentukan harga yang relatif murah, menurunkan beberapa harga produk, memaksimalkan promosi di *Facebook* dan *Whats App*, Tempat toko Nusa Parfum Indranayu dekat dengan para konsumen dan calon konsumen dan menyediakan layanan *Delivery*. Kendala yang dihadapi adalah sepi pembeli di Nusa Parfum yang secara langsung memberi dampak menurunkan penjualan. Solusi yang dibuat oleh Nusa Parfum Indramayu adalah membuat strategi pemasaran yang baru.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Pandemi COVID-19

ABSTRACT

The title of this thesis is “Nusa Parfume Indramayu Marketing Strategy in Maintaining Business Amid the Covid-19 Pandemic Islamic Economic Perspective” is written by Siti Musalimatus Sa’adah, NIM 17402153313, Advisor by Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

This research was motivated by intense competition and also influenced by the emergence of the covid-19 pandemic that hit almost the whole world, including Indonesia. This causes shocks to the community and causes social and economic paralysis of the community. The impact of the covid-19 pandemic was also experienced by Nusa Parfume Indramayu, such as the decline in people’s purchasing power and consumer interest.

The focus of this research is (1) What is Nusa Parfum’s marketing strategy in maintaining business during the covid-19 pandemic? (2) What are the obstacles to Nusa Parfum’s marketing strategy during the covid-19 pandemic? (3) What are the solutions in dealing with obstacles?.

The approach used in this study is a qualitative research method applying a qualitative approach with consideration of the possibility of the data obtained in the form of data in the form of the facts that need in-depth analysis. This type research is descriptive where in this thesis will describe the results of the data obtained in the field from interviews and observation of research in the field.

The results of the study explain that Nusa Parfum Indramayu in maintaining its business in the midst of the covid-19 pandemic uses a marketingmix strategy,namely: selling product good quality, product innovation, determining relatively low prices, lowering some product prices, maximining promotions on facebook and whatsapp, where the Nusa Parfum Indramayu store is close to consumers and potential customers, and provide delivery service. The obstacle faced is lack of buyers at Nusa Parfum which directly has an impact on reducing sales. The solution made by Nusa Parfum Indramayu is to create a new marketing strategy.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Covid-19 Pandemic