

ABSTRAK

Saydatul, 2022. *“Perbandingan Manajemen Pemasaran Usaha Online Usna Shop Selama Pandemi dan Setelah Pandemi Covid-19 Ditinjau dari Aspek Strategi Pemasaran”*. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dibimbing oleh Burhan Rifuddin.

Skripsi ini membahas tentang Perbandingan Strategi Pemasaran Dengan Bauran Pemasaran Usaha Online Selama Pandemi dan Setelah Pandemi Covid-19 Ditinjau dari Aspek Strategi Pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan atau perbedaan strategi pemasaran pada usaha online Usna Shop selama pandemi dan setelah pandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara serta dokumentasi. Selanjutnya, data penelitian ini dianalisis dengan analisis tematik untuk menjawab rumusan masalah yang ada dengan melakukan pengelompokkan data, reduksi data dan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi pemasaran usaha online usna shop selama pandemi covid-19 dilakukan dengan cara mengenali kebutuhan dan keinginan pelanggan, memenuhi kebutuhan konsumen dengan harga terjangkau, pemilihan lokasi pemasaran serta melakukan promosi yang tepat agar penjualan lancar 2) Strategi pemasaran usaha online usna shop setelah pandemi covid-19 dilakukan dengan cara menjalin hubungan yang baik dengan konsumen agar usaha yang dijalankan dapat bertahan, melakukan riset produk yang dibutuhkan konsumen, memenuhi keinginan konsumen dengan harga terjangkau, pemilihan lokasi serta melakukan promosi untuk menyebarkan apa yang sedang ditawarkan.

Kata Kunci: Manajemen Bisnis, Pandemi Covid-19, Strategi Pemasaran, Usaha Online