

ABSTRAK

ABRAHAM BAYU NUGROHO, 2021: *Strategi Pemasaran Toko Al-Karomah pada Masa Pandemi Covid-19 ditinjau dari Marketing Syariah di PP. Haji Ya'qub Lirboyo*, Perbankan Syariah, Syariah, IAIT Kediri, Dosen Pembimbing Dr. H. Ahmad Fauzi, Lc. M.HI.

Kata Kunci : Startegi Pemasaran, *Marketing* (Pemasaran) Syariah.

Pandemi covid-19 yang saat ini telah melanda indonesia mengakibatkan kelesuan ekonomi diberbagai sektor. Sektor yang terdampak diantaranya adalah sektor dalam dunia usaha. Toko Al-Karomah merupakan salah satu dari sekian banyak toko sembako yang berada di kawasan pondok pesantren Lirboyo lebih tepatnya di pondok unit Haji Ya'qub Lirboyo yang masih tetap melakukan kegiatan usahanya meskipun dalam masa pandemi covid-19 saat ini. Toko Al-Karomah merupakan toko yang menjual berbagai macam kebutuhan santri, toko ini tergolong baru karena berdiri belum lama ini, tetapi sudah bisa dikatakan ramai pembeli. Sehingga muncul suatu dugaan apakah Toko Al-Karomah menggunakan strategi pemasarannya sesuai syariah islam atau tidak. Kerena pada saat pandemi Covid-19 banyak pelaku usaha yang menghalalkan segala cara untuk mempertahankan usahanya demi mendapatkan keuntungan yang banyak.

Dari uraian diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut (1) Bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan Toko Al-Karomah PP. Haji Ya'qub Lirboyo? (2) Bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan Toko Al-Karomah PP. Haji Ya'qub Lirboyo di Masa Pandemi Covid-19 ditinjau dari *Marketing* Syariah?

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif deskriptif. Pengecekan keabsahan datanya dengan menggunakan metode *Triangulasi* yaitu membandingkan penemuan dengan menggunakan berbagai sumber data (al-Qur'an, hadist, buku, jurnal, artikel dan lain sebagainya) dan berbagai metode pengumpulan data (wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi). Adapun untuk pembahasannya dengan mendeskripsikan data-data yang telah diperoleh.

Hasil penelitian, yaitu: (1) Strategi pemasaran Toko Al-Karomah PP. Haji Ya'qub Lirboyo yakni menerapkan strategi *segmentation, targeting, positioning*. Selain itu juga menerapkan strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 4P dan beberapa staregi tambahan lain. (2) Strategi Pemasaran Toko Al-Karomah PP. Haji Ya'qub Lirboyo di Masa Pandemi Covid-19 sudah sesuai dengan *marketing* syariah, yang dibuktikan dari kesesuaian bauran pemasaran secara syariah, karakteristik seorang *marketer* syariah dan tidak adanya perilaku yang menyimpang dari norma-norma agama dalam kegiatan pemasarannya meskipun di masa pandemi Covid-19 saat ini.