

ABSTRACT

Hayatun Nurul Hidayah 2022, *Analysis Of The Sharia Marketing Mix Strategy in Increasing the Sales Volume Of Abda Meatball Noodles During the Covid-19 Pandemic : Sharia Economics Study Program, Islamic Religion Faculty, Siliwangi University*

The sales volume of Mie Bakso Abda is at a fluctuating volume during the Covid-19 pandemic and even tends to decrease, even though various methods have been carried out by the owner to recover but still there is no increase, when compared to conditions before the Covid-19 pandemic, the sales volume of Mie Bakso Abda is at a normal sales volume, where sales of Mie Bakso Abda have increased and decreased. This is related to the marketing mix strategy carried out by Mie Bakso Abda. The purpose of the study was to determine the sharia marketing mix strategy applied by Mie Bakso Abda in increasing sales volume.

The method used in this study is a descriptive method with a qualitative approach. Using two data sources, namely primary data and secondary data Data collection techniques used are interviews and documentation. Informants in this study amounted to 3 people (managers and employees Mie Bakso Abda). With the researcher himself as the research instrument. To test the credibility of the data, the source triangulation method was used.

The results of this study indicate that the implementation of the sharia marketing mix strategy on Mie Bakso Abda is in accordance with sharia provisions which of the products, tools and production processes are halal and certified halal from the MUI, innovation is often done by creating variations of the meatball noodle menu to follow current trends. occur and adjust to consumer desires. The price offered is quite affordable for the target market by considering the HPP (Cost of Production). The promotions carried out did not contain elements of fraud and used marketing strategies through social media, namely whatsapp, facebook, instagram, tiktok, and shopee, including bundling packages, discounts, give away, instagram live, and shopee live. The location of Mie Bakso Abda is not yet strategic, but sales are mostly online. There are 2 distribution channels carried out by Mie Bakso Abda including Producer-Consumer and Producer-Retailer-Consumer, having employees and resellers of Mie Bakso Abda who always provide loyalty to consumers. Based on the results of the study, it can be concluded that the implementation of the sharia marketing mix strategy carried out has advantages in terms of products that have been certified halal from the MUI, it's just that there are shortcomings regarding the promotion that has not been effective.

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

ABSTRAK

**Hayatun Nurul Hidayah 2022, Analisis Strategi Bauran Pemasaran Syariah
Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mie Bakso Abda Pada
Masa Pandemi Covid-19 : Program Studi Ekonomi Syariah,
Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi**

Volume penjualan Mie Bakso Abda ini berada pada volume fluktuatif dimasa pandemi *Covid-19* bahkan cenderung menurun, meskipun sudah dilakukan berbagai cara oleh pemilik supaya kembali pulih namun tetap saja tidak ada peningkatan, jika dibandingkan dengan kondisi sebelum adanya pandemi *Covid-19* volume penjualan Mie Bakso Abda berada pada volume penjualan yang normal, dimana penjualan Mie Bakso Abda mengalami kenaikan dan penurunan. Hal tersebut berkaitan dengan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Mie Bakso Abda. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi bauran pemasaran syariah yang diterapkan oleh Mie Bakso Abda dalam meningkatkan volume penjualan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang (Pengelola dan karyawan Mie Bakso Abda). Dengan peneliti sendiri sebagai instrumen penelitiannya. Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan metode triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran syariah pada Mie Bakso Abda sudah sesuai dengan ketentuan syariah yang mana dari produk, alat dan proses produksi sudah halal dan tersertifikasi halal dari MUI, inovasi sering dilakukan dengan menciptakan variasi menu mie bakso untuk mengikuti trend yang sedang terjadi dan menyesuaikan keinginan konsumen. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau oleh target pasar dengan mempertimbangkan HPP (Harga Pokok Produksi). Promosi yang dilakukan tidak ada unsur penipuan dan menggunakan strategi pemasaran melalui media sosial yaitu whatsapp, facebook, instagram, tiktok, dan shopee, diantaranya ada paket *bundling*, diskon, give away, instagram live, dan shopee live. Lokasi Mie Bakso Abda ini belum strategis, akan tetapi penjualan lebih banyak dengan cara online. Alur distribusi yang dilakukan oleh Mie Bakso Abda ada 2 alur diantaranya Produsen-Konsumen dan Produsen-Pengecer-Konsumen, mempunyai tenaga kerja dan reseller Mie Bakso Abda yang senantiasa memberikan loyalitas kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran syariah yang dilakukan terdapat kelebihan dalam segi

produk yang sudah tersertifikasi halal dari MUI, hanya saja terdapat kekurangan mengenai promosi yang dilakukan belum efektif.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Pandemi Covid-19, Pemasaran Syariah.