

ABSTRAK

Aini Shimaratu Zahra. NIM. 1720310087. Studi Analisis Strategi Pemasaran UMKM Sektor Kuliner Untuk Mencapai Keuntungan Pada Masa Pandemi Covid 19 di Sekitar Kampus Universitas Muria Kudus Menurut Etika dan Perilaku Bisnis Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid 19 di sekitar kampus Universitas Muria Kudus. Untuk mengetahui strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid 19 di sekitar kampus Universitas Muria Kudus menurut Etika dan Perilaku Bisnis Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian studi kasus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sumber informan dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan konsumen UMKM sektor kuliner di sekitar kampus Universitas Muria Kudus. Teknik analisis data yang digunakan adalah *pengumpulan data*, *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), *verification* (penarikan kesimpulan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran UMKM di sekitar kampus Universitas Muria Kudus secara umum terdiri dari empat strategi yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi lokasi. Secara keseluruhan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk meningkatkan keuntungan penjualan pada masing-masing usaha. Cara mendapat keuntungan pada masa covid pada beberapa tahun lalu memberi dampak dan pengaruh pada UMKM di sekitar kampus Universitas Muria Kudus sehingga harus dilakukan pemberhentian karyawan sebagai cara agar usaha pada masing-masing warung dapat tetap untung dan bertahan di era pandemi. Strategi pemasaran dalam mendapatkan keuntungan sudah sesuai dengan perilaku etika bisnis Islam. Bahwa sebagai umat yang berlandaskan pada keyakinan Islam, bahwa pemilik sebagai umat diwajibkan untuk menjalankan usaha sesuai dengan kaidah Islam. Sikap dan perilaku bisnis dalam Islam yang melandasi strategi pemasaran UMKM sektor kuliner di sekitar kampus Universitas Muria Kudus. meliputi kepribadian spiritual (*taqwa*), tanggung jawab (*responsibility*), Berlaku adil (*al-`adl*), bersikap melayani dan rendah hati (*khidmah*).

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Etika dan Perilaku Bisnis Islam.