

ABSTRAK

SURYOTRIONO (1720310174). “Penerapan Pemasaran Islam (*Islamic Marketing*) Usaha Mikro Kecil dan Menengah Alammu Parijoto Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus CV. Seleksi Alam Muria)”. Skripsi, Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/ Prodi Manajemen Bisnis Syari’ah (MBS). IAIN Kudus, 2022.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Penerapan Pemasaran Islam (*Islamic Marketing*) pada UMKM Alammu Parijoto dalam menghadapi pandemi covid-19 yang berobyek di CV. Seleksi Alam Muria. Adapun rumusan masalah yang diambil oleh peneliti yaitu, bagaimana penerapan Pemasaran Islam (*Islamic Marketing*) Pandemi Covid-19, bagaimana Perbedaan Bauran Pemasaran Islam Sebelum dan saat pandemi Covid-19 Usaha Mikro Kecil Menengah Alammu Parijoto Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau yang biasa disebut *field research* dimana peneliti menjadi instrumen utama dalam melaksanakan penelitian. Peneliti melakukan pengamatan langsung dan melihat secara nyata bagaimana penerapan pemasaran islam (*Islamic Marketing*) pada UMKM Alammu Parijoto. Peneliti mengungkapkan apa yang ada di dalam UMKM secara fakta dan juga melalui wawancara dari narasumber yang ada. Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif deskriptif. Data-data yang diperoleh merupakan data asli yang terjadi di UMKM Alammu Parijoto mengenai pemasaran islam (*Islamic Marketing*) dalam menghadapi pandemi covid-19. Hasil penelitian yang diperoleh menyebutkan bahwa UMKM Alammu Parijoto berhasil bertahan selama masa pandemi dengan menerapkan pemasaran Islam yang sesuai dengan kondisi pandemi covid-19.

Kata Kunci: Pemasaran Islam, UMKM, Alammu Parijoto, Pandemi Covid-19