

## ABSTRAK

**Hasan Noor Saidi, 1520310191, dengan judul Analisis SWOT Strategi Pemasaran Di Masa Pandemi Galeri Elzatta Kudus, Skripsi Progam Strata Satu (S-1), Progam Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kudus.**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif yang berusaha membuktikan kualitas suatu hal dan mencari tahu karakter esensialnya. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Fokus dalam penelitian ini adalah analisis SWOT strategi pemasaran dimasa pandemi Covid 19. Dalam pembahasannya, disusun rumusan masalah : 1) bagaimana strategi pemasaran Galeri Elzatta Kudus di tengah Pandemi Covid 19 saat ini. 2) bagaimana analisis SWOT pada strategi pemasaran di masa Pandemi Covid 19 Galeri Elzatta Kudus. 3) Bagaimana alternatif strategi pemasaran untuk Galeri Elzatta Kudus.

Subjek penelitian ini adalah kepala toko, karyawan, konsumen Galeri Elzatta Kudus yang dipilih berdasarkan *purposive sampling*. Data-data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan teknik *indept interview* semi terstruktur, observasi partisipan pasif dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan uji kredibilitas yang menggunakan perpanjangan pengamatan, triangulasi sumber, triangulasi teknik dan menggunakan bahan referensi.

Setelah data-data terkumpul dan dianalisis, penelitian ini berhasil memperoleh temuan : 1) Galeri Elzatta Kudus telah mengimplementasikan strategi pemasaran dimasa pandemi Covid 19, 2) berdasarkan analisis SWOT didapatkan beberapa alternatif strategi pemasaran di Galeri Elzatta Kudus yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT. 3) berdasarkan analisis perhitungan matrik IFAS dan matrik EFAS maka didapatkan strategi yang tepat untuk diimplementasikan di Galeri Elzatta Kudus dengan melihat diagram SWOT yaitu strategi SO.

**Kata kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Pandemi Covid 19**