

## ABSTRAK

### **Ulfah Masrifah. (2022). Analisis Pemasaran Syariah Anda *Wedding organizer* di Masa Pandemi Covid 19.**

Dampak pertama yang dialami WO ketika pandemi Covid 19 adalah banyaknya pembatalan kontrak kerjasama yang telah dilakukan, tidak diperbolehkan mengadakan acara pernikahan (resepsi) selama rentan waktu yang ditentukan hanya boleh akad aja dengan kapasitas maksimal 30 orang dan tidak diperbolehkan parasmanan atau makan di tempat, dan untuk pelaksanaan akad aja wajib melaksanakan protocol kesehatan dengan sangat ketat, sehingga banyak calon pengantin yang mengundurkan tanggal pernikahan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pemasaran syariah melalui *marketing mix* pada jasa Anda wedding organizer, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah 2 orang pemilik jasa.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan, pelaksanaan pemasaran syariah pada Anda *wedding organizer* menerapkan bauran pemasaran syariah (*marketing mix* 7p), bahwa produk (*product*) yang ditawarkan *halalan tayyiban* sesuai dengan ekspektasi. Harga (*price*) sesuai dengan pasaran tidak mengandung unsur riba/gharar. Tempat (*place*) untuk lokasi yang dikunjungi client sangat strategis dan client Anda WO mendapatkan kenyamanan dan kepuasan dari hasil kerjasama Anda WO dan ketika terjadi pertemuan Anda WO yang mendatangi client dan selalu mempertimbangkan lokasi acara dan tidak membedakan client dengan perbandingan jarak lokasi,. Promosi (*promotion*) dalam penyampaian informasi adanya unsur keterbukaan antara client dan tidak ada unsur menipu dan alat media untuk promosi yaitu media sosial seperti facebook, instagram dan whatshap. Manusia (*people*) dalam memasarkan produk/jasa Anda WO menjunjung tinggi nilai-nilai kesopanan, mengedepankan etika tuturkata yang baik sopan ramah dalam melayani client, pakaian yang digunakan menutup aurat. Proses (*process*) proses pembokongan pernikahan di mulai dari client langsung mendatangi kantor untuk konsultasi mengenai *pricelist*, pembokongan, penentuan tanggal, dan fitting busana. Selanjutnya proses pembokongan bisa dengan memberikan DP terlebih dahulu / pengkepan tanggal, nanti ada sistem pelunasan sebelum hari H, setelah proses pembayaran maka pemasangan dekor, pelaminan, tenda dll. Bisa dilakukan apabila telah melakukan pelunasan, ketika adzan berkumandan senam tiasa acara break terlebih dahulu untuk melakukan solat dzuhur. Bukti Fisik (*physical Evidence*) bahwa berdasarkan hasil wawancara beberapa client sangat memuaskan, vendor yang di rekomendasikan dapat dipercaya dan temanya bisa di pesan sesuai pilihan client.

**Kata Kunci:** Pemasaran Syariah, *wedding organizer*, Pandemi covid 19

## ABSTRACT

**Ulfah Masrifah. (2022). *Analysis Anda Sharia Marketing Wedding organizer in the Covid-19 Pandemic Period.***

*The first impact experienced by WO during the Covid 19 pandemic was the number of cancellations of cooperation contracts that had been carried out, it was not allowed to hold wedding events (receptions) during the specified timeframe, only contracts with a maximum capacity of 30 people were allowed and buffet or dine-in meals were not allowed, and For the implementation of the contract, it is mandatory to carry out a very strict health protocol, so that many brides and grooms postpone the wedding date. The purpose of this study is to analyze sharia marketing through the marketing mix on your wedding organizer services, this study uses qualitative research methods, data collection techniques carried out in this study are interviews, observation, and documentation. Informants or resource persons in this study were 2 service owners.*

*From this research, it can be concluded that the implementation of sharia marketing at Anda wedding organizers applies a sharia marketing mix (marketing mix 7p), that the products offered by halal and tayyiban are in accordance with expectations. Price (price) according to the market does not contain elements of usury / gharar. The place for the location that the client visits is very strategic and the Anda WO client gets comfort and satisfaction from the results of Anda WO's collaboration and when a meeting occurs, Anda WO visits the client and always considers the location of the event and does not discriminate between clients by comparison of location distance. Promotion (promotion) in the delivery of information there is an element of openness between the client and there is no element of cheating and media tools for promotion are social media such as Facebook, Instagram and WhatsApp. Humans (people) in marketing Anda WO's products/services uphold the values of politeness, promote good speech etiquette, polite and friendly in serving clients, the clothes used cover the genitals. The wedding booking process starts from the client directly visiting the office for consultation regarding the pricelist, booking, date determination, and fashion fitting. Furthermore, the booking process can be done by giving a DP first / keeping the date, there will be a payment system before the D day, after the payment process, the installation of decorations, aisles, tents etc. It can be done if you have paid it off, when the call to prayer is heard, it is always a break to perform the midday prayer. Physical Evidence that based on the results of interviews with several clients is very satisfactory, the recommended vendor is trustworthy and the theme can be ordered according to the client's choice.*

*Keywords: Sharia Marketing, wedding organizer, Pandemic covid*