

ABSTRAK

Perusahaan X merupakan salah satu anggota dari *Minding Industry Indonesia* (MIND ID) yang juga merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang holding industri pertambangan. Perusahaan ini tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Perusahaan ini bergerak dalam bidang penambangan emas dan perak. Perusahaan ini sering kali mendapat kendala, namun di tahun 2020 Perusahaan X mengalami kendala baru yang cukup besar.

Pada tahun 2020, Virus Covid-19 melanda dunia termasuk Indonesia sehingga mengharuskan pemerintah untuk mengeluarkan kebijakan *Work From Home* (WFH) bagi para pekerja. Namun tidak 100% pekerja dapat melakukan WFH. Hal ini menyebabkan penurunan intensitas kerja bagi Perusahaan X hingga penurunan hasil finansial yang cukup signifikan. Perusahaan harus mampu menciptakan strategi pemasaran baru untuk mempertahankan perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Perusahaan X dalam masa pandemi Covid-19. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif berdasarkan pada data. Data tersebut diperoleh dari dokumen dan observasi mengenai strategi pemasaran Perusahaan X. Kemudian diolah dengan menambahkan data tabel dan gambar.

Analisis dari penelitian ini mengenai strategi pemasaran emas dan perak dalam suatu perusahaan. Analisis akan dilakukan dari strategi pemasaran emas dan perak beberapa tahun lalu yang mengalami penghasilan tertinggi dalam penjualan emas dan perak. Setelah itu, akan dilakukan analisis data antara tahun penjualan tertinggi dan pada tahun 2020.

Kata kunci : strategi, pemasaran, bauran pemasaran

ABSTRACT

Company X is a member of Minding Industry Indonesia (MIND ID), which is also a State-Owned Enterprise engaged in the holding of the mining industry. The company is spread throughout Indonesia. This company is engaged in gold and silver mining. This company often encounters obstacles, but in 2020 Company X experienced a fairly large new obstacle.

In 2020, the Covid-19 virus hit the world including Indonesia, requiring the government to issue a Work From Home (WFH) policy for workers. However, not 100% of workers can do WFH. This causes a decrease in work intensity for Company X, resulting in a significant decrease in financial results. Companies must be able to create new marketing strategies to maintain the company.

The purpose of this research is to find out the marketing strategy carried out by Company X during the Covid-19 pandemic. This research method is qualitative with a descriptive approach based on the data. The data was obtained from documents and observations regarding the marketing strategy of Company X. Then it was processed by adding data tables and figures.

The analysis of this research is about the gold and silver marketing strategy in a company. The analysis will be carried out from the gold and silver marketing strategy several years ago which experienced the highest income in gold and silver sales. After that, data analysis will be carried out between the year of highest sales and in 2020.

Keywords: strategy, marketing, marketing mix

