

ABSTRACT

Palm oil is one of the plantation commodities that has an important role in the regional and national economy. The COVID-19 pandemic has had many impacts on the global economy. The problems in this thesis are about, Identifying marketing management by PT. Asam Jawa Medan, Identify and analyze the impact that occurs on the sale of CPO at PT. Asam Jawa Medan, Analyzing CPO sales that occurred before and after the pandemic at PT. Tamarind Medan. This research method was taken with the type of data used in this study, namely qualitative descriptive which describes the object of research based on visible facts, such as observations, interviews and documentation. This research was conducted at PT. Tamarind Medan. In this study, we can see that marketing management carried out by PT Asam Jawa Medan during the pandemic period from 2018-2019 (before the pandemic) and 2020 (after the pandemic) experienced a decline in marketing management, which can be seen from the annual data at PT Asam Jawa Medan.

Keywords: Palm oil, marketing management, pandemic.

ABSTRAK

Kelapa sawit merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki peranan penting dalam perekonomian daerah dan nasional. Pandemi covid 19 memberikan banyak dampak terhadap ekonomi global. Permasalahan dalam skripsi ini yaitu tentang, Mengidentifikasi manajemen pemasaran yang dilakukan PT. Asam Jawa Medan, Mengidentifikasi dan menganalisis dampak yang terjadi terhadap penjualan CPO di PT. Asam Jawa Medan, Menganalisis penjualan CPO yang terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadinya pandemic di PT. Asam Jawa Medan. Metode penelitian ini diambil dengan Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Deskriptif Kualitatif yang menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak seperti, Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di PT. Asam Jawa Medan. Pada penelitian ini dapat kita ketahui bahwa manajemen pemasaran yang dilakukan PT Asam Jawa Medan dalam masa pandemic dari tahun 2018-2019 (sebelum pandemic) dan 2020 (sesudah masa pandemic) mengalami penurunan pada manajemen pemasaran dapat dilihat dari data persetiap tahunnya pada PT Asam Jawa Medan.

Kata Kunci: Kelapa Sawit, manajemen pemasaran, pandemic.