

ABSTRAK

STRATEGI E-MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK BUSANA MUSLIM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA BUSANA MUSLIM NAISHA)

Oleh
DIKA CANDRA SARI
15423059

Strategi e-marketing yaitu sebuah alat pemasaran yang terdiri dari 7p. Yakni, *Product, Promotion, Price, Place, People, Process, Physical Evidence*. Dengan menggunakan etika bisnis islam berbagai prinsip keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebajikan dapat dikaitkan dengan e-marketing. Sebuah perusahaan yang menggunakan strategi e-marketing dalam memasarkan produk-produknya yaitu bertujuan untuk dapat lebih mudah leluasa dalam memperkenalkan produknya serta dapat dikendalikan secara langsung oleh pihak perusahaan. Naisha adalah sebuah bisnis yang bergerak pada penjualan busana muslim berbagai model produk syar'i dengan pemasaran secara online atau menggunakan e-marketing.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara. Penelitian ini untuk dapat mengetahui bagaimana strategi e-marketing dalam perspektif etika bisnis islam yang diterapkan di Naisha dan bagaimana peran strategi e-marketing dalam meningkatkan penjualan produk Naisha. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi e-marketing dalam perspektif etika bisnis islam yang digunakan sesuai dengan target yang diinginkan yaitu dengan menggunakan unsur 7p dapat memberikan perubahan minat beli konsumen, informasi yang didapatkan lebih mudah untuk di akses serta mempermudah bertransaksi. Dan peran strategi e-marketing sangat mempengaruhi dalam penjualannya, produk yang di pasarkan hampir setiap bulannya memiliki peningkatan.

Kata Kunci : pemasaran, Strategi E-Marketing 7p, Etika Bisnis Islam

كَلِمَاتُ تَعْبَادِيَّةٍ

ABSTRACT
STRATEGI E-MARKETING STRATEGY IN INCREASING THE
PRODUCT SALES OF MOSLEM FASHION IN THE ISLAMIC BUSINESS
ETHICS
(CASE STUDY IN MOSLEM FASHION NAISHA)

By:

Dika Candra Sari

15423059

E-marketing strategy refers to a marketing tool consisting of 7p (Product, Promotion, Price, Place, People, Process, and Physical Evidence). The use of the Islamic business ethics in any principles of oneness, balance, freewill, responsibility, and virtues can be related to the e-marketing. A company that uses e-marketing strategies in marketing its products has an aim to introduce its products more freely and can be controlled directly by the company. Naisha is a business engaged in the sale of Muslim clothing in various models of sharia products by marketing online or e-marketing.

This research used the qualitative method using the observation and interview techniques. This was to find out how e-marketing strategies in the perspective of Islamic business ethics have been applied at Naisha and how the role of e-marketing strategies is in increasing the sales of Naisha products. The results of this research showed that e-marketing strategies in the perspective of Islamic business ethics have been used based upon the desired target by using the 7p elements that can change the buying interest of consumers, information obtained is easier to access and makes transactions easier. E-marketing strategies has played a very influential role in sales as the products marketed have increased almost every month.

Keywords: Strategies, 7p e-marketing strategies, Islamic Business Ethics