

ABSTRAK

Hilda Falihatul Mu'allifah (1720310019), *Analisis Strategi Pemasaran Online Dineisa Store Kudus dan Dampaknya pada Peningkatan Penjualan dalam Tinjauan Ekonomi Islam*. Skripsi, Kudus, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, 2022.

Persaingan bisnis yang ketat dan perkembangan teknologi yang pesat merubah sistem bisnis secara tradisional menjadi modern. Namun, dengan perkembangan teknologi memberikan dampak negatif dimana banyak pembisnis yang melakukan penipuan di media *online*. Sebagai pembisnis, perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan bukan hanya atas dasar prinsip ekonomi konvensional tapi juga dengan prinsip ekonomi Islam. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran *online* Dineisa Store Kudus dan dampaknya pada peningkatan penjualan. Serta untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam dalam penerapan strategi pemasaran *online* Dineisa Store Kudus dan dampaknya pada peningkatan penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian yaitu Pemilik, karyawan, dan konsumen Dineisa Store Kudus. Data penelitian diperoleh dari data primer dan data sekunder dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran *online* yang diterapkan Dineisa Store Kudus dan dampaknya pada peningkatan penjualan dengan menerapkan *segmenting*, *targetting*, dan *positioning* yang baik. Serta menerapkan strategi bauran pemasaran yaitu strategi produk, harga, distribusi, dan promosi. Dalam tinjauan ekonomi Islam, strategi pemasaran *online* yang diterapkan oleh Dineisa Store Kudus dan dampaknya pada peningkatan penjualan sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu a) prinsip kejujuran dengan melakukan promosi melalui media sosial dengan disertai keterangan-keterangan secara detail, b) prinsip keadilan dengan memberikan pelayanan, harga, maupun kualitas yang sama, c) prinsip tanggung jawab dengan mengirimkan produknya tepat waktu, serta d) transaksi menggunakan akad *assalam*.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Pemasaran *Online*, dan Ekonomi Islam