

ABSTRAK

L. Fitri Indrayanti, 2022, Analisis Pemasaran Offline dan Online di Toko BM Boutiqoe Pamekasan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura.

Pembimbing: Ah. Shibghatullah Mujaddidi, M.A

Kata Kunci: Pemasaran *Offline* dan *Online*, Etika Bisnis Islam

Pemasaran *offline* merupakan proses transaksi penjualan barang dan jasa secara langsung, dimana produsen dan konsumern bertemu dalam satu tempat untuk mewujudkan terjadinya proses transaksi jual beli. Sedangkan pemasaran *online* merupakan cara penjualan di sosial media seperti whatsapp, instagram dan lainnya. Pemasaran *offline* dan *online* harus sesuai dengan etika bisnis Islam dalam aktivitas transaksi jual beli contohnya sopan santun, amanah, jujur, dan cerdas. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran *offline* dan *online* di toko BM Boutiqoe Pamekasan dalam perspektif etika bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Data diperoleh dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi dari beberapa informan seperti *owner*, karyawan dan pelanggan BM Boutiqoe Pamekasan. Sedangkan untuk pengecekan data dan kekuatan pengamatan melalui triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Pertama*, pemasaran *offline* toko BM Boutiqoe Pamekasan dilakukan dengan memajang barang di toko agar pelanggan dapat memilah dan memilih barang yang diminati, sedangkan dalam pemasarannya secara *online* toko BM Boutiqoe Pamekasan menampilkan foto dan video di sosial media seperti instagram dan whatsapp. *Kedua*, Pemasaran *offline* dan *online* di BM Boutiqoe Pamekasan sudah sesuai dengan indikator-indikator etika bisnis dalam Islam. Seperti Jujur dalam bertransaksi, adil dalam melayani pelanggan, dan menepati janji atau amanah.