

## ABSTRAK

**ILHAM FIRDAUS, 2022, Efektivitas Penggunaan Strategi Pemasaran Secara Tradisional dan Secara *Online* Pada Penjualan Baju Di Pasar Bulay Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan, Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing : Lukmanul Hakim, M.E.I**

**Kata Kunci:** *Efektivitas Pemasaran Tradisional, Pemasaran Online*

Kegiatan jual beli bagi seorang pedagang di pasar Bulay pamekasan merupakan aktivitas yang menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Peneliti memilih pasar tradisional yaitu pasar Bulay pamekasan sebagai objek, peneliti ingin menganalisis bagaimana perilaku pedagang terkait efektivitas penjualan secara tradisional atau *offline* dan secara Modern atau *online*, mengingat zaman sekarang sudah memasuki era dimana semua serba cepat dan serba mudah dengan adanya digital.

Berdasarkan hal tersebut maka ada dua fokus penelitian yang menjadi kajian utama dalam penelitian ini yaitu pertama bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan secara tradisional dan pemasaran melalui online shop oleh pedagang baju di pasar bulay dan kedua bagaimana efektivitas antara strategi pemasaran online dan pemasaran tradisional di pasar bulay. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data diperoleh dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informannya adalah para pedagang baju dan pembeli. Sedangkan keabsahan data dilakukan dengan perpanjangan pengamatan dan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa. Strategi pemasaran yang dilakukan secara tradisional dan pemasaran melalui *online shop* oleh pedagang baju di pasar Bulay dalam strategi pemasarannya melakukan strategi pemasaran dengan memajukan barang dagangannya dan menawarkan secara langsung terhadap konsumen, sedangkan pemasaran secara *online* menggunakan media sosial *watsHaAp*, *Instagram*, dan *Facebook*. Efektivitas strategi antara pemasaran *online* dan pemasaran tradisional di pasar Bulay dalam penjualan secara *online* itu lebih efektif karena segmentasi pasar lebih luas, lebih cepatnya informasi yang sampai kepada para konsumen, respon terhadap keinginan konsumen lebih cepat dan waktu pemesanan bisa kapan saja atau lebih fleksibel.