

ABSTRAK

Putri Kusuma Wardani (1720210073), dengan judul “**Analisa Penerapan Etika Bisnis Islam pada Strategi Pemasaran *Offline* dan *Online* di UMKM Batik Djanoer Kudus).**”

Penelitian ini bertujuan (1) untuk menganalisa secara mendalam penerapan etika bisnis Islam pada strategi pemasaran *offline* di UMKM Batik Djanoer Kudus. (2) untuk menganalisa secara lengkap penerapan etika bisnis Islam pada strategi pemasaran *offline* di UMKM Batik Djanoer Kudus.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer yaitu pemilik UMKM Batik Djanoer Kudus, pemilik usaha Batik Djanoer Kudus, *reseller*, tim *publish*, *customer*, selain itu bukti transaksi pelanggan/*customer* baik secara *online* maupun *offline*. Sedangkan sumber data sekunder yaitu buku-buku kepustakaan dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Etika Bisnis Islam yang diterapkan di pemasaran *offline* Batik Djanoer Kudus sudah diterapkan dengan baik. Strategi Pemasaran *Offline* yang dilakukan oleh UMKM Batik Djanoer Kudus adalah menggunakan media yang tepat seperti: brosur, spanduk, kartu nama, toko *offline*. Di mana strategi pemasaran *offline* sangat berkembang dan menyebabkan Batik Djanoer Kudus tetap *axis* hingga tahun 2021 ini meskipun kenyataannya pemasaran *offline* sasarannya pemasarannya lebih sempit dibandingkan dengan pemasaran *online*. (2) Etika bisnis Islam yang diterapkan pada strategi pemasaran *online* Batik Djanoer Kudus sudah ada namun ada beberapa aspek yang tidak dihadirkan saat melakukan pemasaran produknya. Seperti pada aplikasi shopee tim *publish* tidak memaparkan jenis bahan produk batik, ukuran kain batik dan hal itu kesannya kurang transparan dalam jual beli. Apalagi pemasaran *online* harus dideskripsikan barang/produk yang dijual spesifik mungkin agar pembeli mengetahui informasi produk dengan jelas dan terhindar dari penipuan. Strategi Pemasaran *online* sudah diterapkan di Batik Djanoer Kudus mulai dari menggunakan aplikasi (Batikdjanoerkudus), fanspage (Batik Djanoer kudus & Desaigner, facebook (Nindya An Nida), watshap (085700500026 dan 085640116673), bukalapak, toko pedia. Meskipun kenyataannya pemasaran *online* di Batik Djanoer Kudus belum berjalan signifikan seperti akun pemasaran *online* menggunakan tokopedia dan bukalapak sekarang sudah tidak digunakan lagi dan dihapus akunnya.

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