

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Perspektif Manajemen Bisnis Syariah Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan di Toko *Online* Dewi Maryam Official Talun Blitar” ini ditulis oleh Rizki Afsari, NIM 12405183214, Pembimbing Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag. M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan toko *online* yang tidak memiliki wujud fisik, membuat penjual harus bekerja keras untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, seperti halnya Toko *Online* Dewi Maryam Official ini, toko ini memiliki produk yang cukup mahal dan memiliki sistem bayar dulu baru barang dikirim sehingga banyak pelanggan yang masih ragu untuk melakukan transaksi, maka untuk menangani masalah tersebut dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran dengan manajemen yang baik untuk mencapai profit yang maksimal. Sebagai umat muslim wajib hukumnya untuk selalu mematuhi perintah Allah SWT dan menghindari hal yang dibenci oleh Allah SWT termasuk dalam kegiatan bisnis, maka dari itu penelitian ini akan mengungkap fakta manajemen strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial di Toko *Online* Dewi Maryam Official dalam perspektif manajemen bisnis syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan *founder*, *customer service* dan admin keuangan. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung implementasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan. Dokumentasi dilakukan dengan mencari data-data yang diperlukan.

Hasil penelitian pertama menunjukkan manajemen strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial yang diterapkan pada Toko *Online* Dewi Maryam ada beberapa langkah yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian. Hasil penelitian kedua menunjukkan bahwa manajemen strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Toko *Online* Dewi Maryam sudah sesuai dengan perspektif manajemen bisnis syariah hal ini ditunjukkan dalam setiap fungsi manajemennya dibuat dan dilaksanakan sesuai dengan panduan Islam, perencanaan dilakukan dengan sungguh-sungguh sesuai dengan surat Al-Insyirah ayat 7-8 serta dalam proses perencanaan strategi komunikasi *founder* mengharuskan *customer service* dalam melakukan komunikasi sesuai dengan syara' wa adatan antara lain dengan bertutur kata lembut, benar, serta mudah dipahami oleh komunikan, pengorganisasian dilakukan dengan menempatkan SDM sesuai dengan kemampuannya sesuai dengan surat Al-Baqarah ayat 286, pengarahan dilakukan dengan 4 cara yaitu *directing*, *coordinating*, *comunicating* dan *motivating* sesuai dengan langkah yang dilakukan oleh para rasul atau sahabat dalam menggerakkan kaumnya, dan pada fungsi *controlling founder* dibantu *leader customer service* dalam melakukan pengendalian karena *leader* lebih unggul dari *customer service* lainnya, hal tersebut sesuai dengan pandangan Islam untuk menjadi syarat mutlak bagi pimpinan supaya lebih baik dari anggotanya.

**Kata kunci:** Strategi Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Manajemen Bisnis Syariah.

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Marketing Communication Strategy with Sharia Business Management Perspective Through Social Media in Increasing Sales at the Dewi Maryam Official Online Store in Talun Blitar" was written by Rizki Afsari, NIM 12405183214, Advisor Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag. M.H.I.*

*This research is motivated by online stores that do not have a physical form, making sellers have to work hard to gain customer trust, as is the case with the Dewi Maryam Official Online Store, this store has products that are quite expensive and have a payment system before the goods are sent so that many customers are still hesitant to make transactions, so to deal with these problems a marketing communication strategy with good management is needed to achieve maximum profit. As Muslims, it is obligatory for Muslims to always obey Allah's commands and avoid things that are hated by Allah SWT, including in business activities, therefore this study will reveal the facts of marketing communication strategy management through social media at the Dewi Maryam Official Online Store in the perspective of sharia business management.*

*The research method used is qualitative research and the type of research is descriptive. Data collection techniques used are in-depth interviews, observation and documentation. Interviews were conducted with the founder, customer service and financial admin. Observations were made to observe directly the implementation of the marketing communication strategy. Documentation is done by finding the required data.*

*The results of the first study show that the management of marketing communication strategies through social media applied to Dewi Maryam's Online Store has several steps, among others planning, organizing, actuating and controlling. The results of the second study indicate that the management of the marketing communication strategy applied by the Dewi Maryam Online Store is in accordance with the perspective of sharia business management, this is shown in every management function made and implemented according to Islamic guidelines, the planning is carried out seriously in accordance with the letter Al-Insyirah. paragraphs 7-8 and in the process of planning the communication strategy, the founder requires customer service to communicate in accordance with customary syara' waadatan, among others by speaking softly, correctly, and easily understood by the communicant, organizing is done by placing human resources according to their abilities in accordance with the letter Al -Baqarah verse 286, direction is carried out in 4 ways, namely directing, coordinating, communicating and motivating according to the steps taken by the apostles or companions in moving their people, and in the function of controlling founder assisted by customer service leaders in carrying out development activities. control because the leader is superior to other customer service, this is in accordance with the Islamic view to be an absolute requirement for leaders to be better than their members.*

**Keywords:** *Marketing Communication Strategy, Social Media, Sharia Business Management.*