

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan *e-commerce* berbasis *marketplace Shopee* dan Media Sosial dalam Meningkatkan Pemasaran Produk (Studi Kasus Konveksi Baju Muslim Anak Ashfa Hijab Desa Bangunmulyo Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Arik Subekti, NIM 12402183021, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Pembimbing: Suminto, M. Pd. I.

Fashion muslim kini juga marak dengan perkembangan penduduk muslim yang ada di Indonesia juga semakin meningkat. Dalam meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh para pelaku usaha dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan kemudahan dalam pemasaran dengan menggunakan *e-commerce* berbasis *marketplace shopee* dan media sosial sebagai tempat pemasaran produk dan media untuk melakukan promosi.

Fokus penelitian ini adalah: 1) Bagaimana perencanaan penerapan *e-commerce* berbasis *marketplace shopee* dan media sosial dalam meningkatkan pemasaran produk Konveksi Baju Muslim Anak Ashfa Hijab? 2) Bagaimana implementasi penerapan *e-commerce* berbasis *marketplace shopee* dan media sosial dalam meningkatkan pemasaran produk Konveksi Baju Muslim Anak Ashfa Hijab? 3. Kendala dan Solusi penerapan *e-commerce* berbasis *marketplace shopee* dan media sosial dalam meningkatkan pemasaran produk Konveksi Baju Muslim Anak Ashfa Hijab?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Sumberdata didapatkan dari data primer dan data skunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan kondensasi, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Untuk mencapai kredibilitas hasil penelitian setidaknya tidaknya menggunakan triangulasi sumber dan *member check*.

Hasil penelitian ini adalah: 1) perencanaan yang dilakukan adalah pembuatan time line konten, penyusunan program endorse, dan penyusunan strategi periklanan. 2) Implementasi yang dilakukan adalah mengadakan program periklanan, melaksanakan promosi, dan memberikan pelayanan yang terbaik. 3) kendala yang dialami adalah kuatnya persaingan karena banyaknya kompetitor, pengiriman juga jadi hambatan karena terlambat dalam pengiriman dari pihak ekspedisi, pembuatan konten dan foto produk karena belum memiliki tim desain yang menetap. Solusi yang diberikan adalah menjaga kualitas produk pelayanan serta mengurus hak paten brand agar tidak di akuisisi oleh brand lain, pengiriman dilakukan dengan selektif dan percaya, pembuatan konten diatasi dengan memilih tim desain dari malang untuk memnuhi kebutuhan desain, kepuasan pelanggan harus dibangun dengan memberikan pelayanan yang bagus, memberikan *reward* kepada mitra ataupun konsumen

Kata kunci : *Marketplace*, Media Sosial, Peningkatan Pemasaran

ABSTRACT

The thesis with the title "Implementation of Shopee marketplace-based e-commerce and Social Media in Improving Product Marketing (A Case Study of Ashfa Hijab Children's Muslim Dress Convection in Bangunmulyo Village, Pakel District, Tulungagung Regency" was written by Arik Subekti, NIM 12402183021, Department of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah, Supervisor: Suminto, M. Pd. I.

Muslim fashion is now also rife with the development of the Muslim population in Indonesia is also increasing. In increasing sales made by business actors by utilizing technological developments and easiness in marketing by using e-commerce based on the Shopee marketplace and social media as a place for product marketing and media for promotion.

The focus of this research is: 1) How is the planning for implementing e-commerce based on the shopee marketplace and social media in increasing the marketing of Ashfa Hijab Children's Muslim Dress Convection products? 2) How is the implementation of the application of e-commerce based on the shopee marketplace and social media in increasing the marketing of Ashfa Hijab Children's Muslim Dress Convection products? 3. Constraints and solutions for implementing e-commerce based on the shopee marketplace and social media in increasing the marketing of Ashfa Hijab Children's Muslim Dress Convection products?

This study uses a qualitative approach. The type of research used is field research. Sources of data obtained from primary data and secondary data. Data collection techniques using interviews, observation and documentation. Data analysis techniques using condensation, data presentation and drawing conclusions. To achieve the credibility of the research results, at least use triangulation of sources and member checks.

The results of this study are: 1) the planning carried out is the creation of content timelines, the preparation of endorse programs, and the preparation of advertising strategies. 2) The implementation carried out is holding an advertising program, carrying out promotions, and providing the best service. 3) the obstacles experienced are the strong competition due to the large number of competitors, delivery is also an obstacle due to delays in shipping from the expedition, content creation and product photos because they do not have a permanent design team. The solution provided is to maintain the quality of service products and manage brand patents so that they are not acquired by other brands, delivery is carried out selectively and trusted, content creation is overcome by choosing a design team from Malang to meet design needs, customer satisfaction must be built by providing excellent service. good, giving rewards to partners or consumers

Keywords: Marketplace, Social Media, Improved Marketing