

## ABSTRAK

Tesis dengan judul “**Pemasaran Melalui *E-Commerce* Untuk Peningkatan *Sustainability Business* Dalam Persepektif Etika Bisnis Islam (Studi Multisitus Pada Zaidan Mall Dan Delfybroscantik di Blitar)**” ini ditulis oleh Ryantina Julia Viva dengan NIM 12850821040 Program Magister Ekonomi Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmahtullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Dr. H. Mashudi, M.Pd.I. dan Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Kata Kunci: Pemasaran, *E-Commerce*, *Sustainability Business*, Etika Bisnis Islam

Penelitian dilatar belakangi oleh banyaknya pengguna *e-commerce* di Indonesia, sehingga menjadi peluang untuk para pengusaha melakukan pemasaran pada *platform e-commerce*. Penggunaan *platform e-commerce* seperti Shopee dan Tiktok merupakan upaya untuk bisnis berkelanjutan. Maka dari itu, fokus penelitian pada penulisan tesis ini yaitu proses pemasaran melalui *e-commerce* untuk peningkatan *sustainability business* dalam persepektif etika bisnis Islam (studi multisitus pada Zaidan mall dan Delfybroscantik di Blitar. Rumusan masalahnya yaitu: 1. Bagaimana pemasaran melalui *e-commerce* untuk peningkatan *sustainability business* dalam persepektif etika bisnis Islam (studi multisitus pada Zaidan Mall dan Delfybroscantik di Blitar)? ; 2. Bagaimana ideologi pelaku usaha mengenai pemasaran melalui *e-commerce* untuk peningkatan *sustainability*

Tujuan penulisan tesis ini adalah 1. Untuk menganalisis pemasaran melalui *e-commerce* untuk peningkatan *sustainability business* dalam persepektif etika bisnis Islam (studi multisitus pada Zaidan Mall dan Delfybroscantik di Blitar) dan 2. Untuk menganalisis ideologi pelaku usaha mengenai pemasaran melalui *e-commerce* untuk peningkatan *sustainability business* dalam persepektif etika bisnis Islam (studi multisitus pada Zaidan Mall dan Delfybroscantik di Blitar).

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang berjenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan analisis multisitus. Hasil penelitiannya yakni 1. Pemasaran yang dilakukan pada Zaidan Mall belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam berupa *sidiq*, *fathanah* dan *tabligh*. Hal ini terletak pada aspek produk. Sedangkan pada Delfybroscantik, keseluruhan pemasaran melalui *e-commerce* dalam sesuai dengan etika bisnis Islam. 2. Ideologi mengenai pemasaran melalui *e-commerce* untuk peningkatan *sustainability business* dalam persepektif etika bisnis Islam pelaku usaha mendalam. Pelaku usaha sudah menerapkan tidak hanya pada pemasaran tetapi manajemen bisnisnya. Walaupun pada Zaidan Mall sebagai lini usaha onlinenya belum sempurna karena belum di upgradenya informasi produk. Saat menjalankan bisnis tujuan utama Zaidan Mall dan Delfybroscantik yakni untuk mendapatkan keberkahan. Hal ini diterapkan pada saat memulai aktivitas bisnis seperti tilawah, memasuki waktu sholat untuk sholat berjamaah, kegiatan rutin dalam bersedekah dan lain-lain.

## ABSTRACT

The thesis with the title "**Marketing through E-Commerce to Improve Business Sustainability in the Perspective of Islamic Business Ethics (Multisite Study at Zaidan Mall and Delfybroscantik in Blitar)**" is written by Ryantina Julia Viva with NIM 12850821040 Master's program in Sharia Economics, UIN Sayyid Ali Rahmahtullah Tulungagung, guided by Dr. H. Mashudi, M.Pd.I. and Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Keywords: Marketing, E-Commerce, Sustainability Business, Islamic Business Ethics

The research is motivated by a large number of e-commerce users in Indonesia so it becomes an opportunity for entrepreneurs to do marketing on e-commerce platforms. The use of e-commerce platforms such as Shopee and Tiktok is an effort for a sustainable business. Therefore, the focus of research writing this thesis is the marketing process through e-commerce to increase business sustainability from the perspective of Islamic business ethics (multisite studies at Zaidan Mall and Delfybroscantik in Blitar. The formulation of the problem is: 1. How is marketing through e-commerce increasing business sustainability in the perspective of Islamic business ethics (multisite study at Zaidan Mall and Delfybroscantik in Blitar); 2. What is the ideology of business actors regarding marketing through e-commerce to increase sustainability

The purposes of writing this thesis are 1. to analyze marketing through e-commerce to increase business sustainability from the perspective of Islamic business ethics (a multi-site study at Zaidan Mall and Delfybroscantik in Blitar) and 2. to analyze the ideology of business actors regarding marketing through e-commerce to increase sustainability business in the perspective of Islamic business ethics (multisite study at Zaidan Mall and Delfybroscantik in Blitar).

The research method used is descriptive qualitative with a qualitative approach with multi-site analysis. The results of his research are 1. Marketing carried out at Zaidan Mall has not fully implemented the principles of Islamic business ethics in the form of *sidiq*, *fathanah*, and *tabligh*. This lies in the aspect of the product. Meanwhile, at Delfybroscantik, all marketing through e-commerce is by Islamic business ethics. 2. Ideology regarding marketing through e-commerce to increase business sustainability in the perspective of Islamic business ethics in depth. Business actors have applied not only marketing but business management. Even though Zaidan Mall as an online business line is not perfect because product information has not been upgraded yet. When running a business, the main goal of Zaidan Mall and Delfybroscantik is to get blessings. This is applied when starting business activities such as recitations, centering prayer times for congregational prayers, routine activities in giving alms, and others.