

# PENGGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA

## SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi  
Ekonomi Syariah



STAI AULIAURRASYIDIN  
OLEH:  
TEMBILAHAN  
PEBRIA SAFITRI  
NIRM: 1209.17.08266

YAYASAN PENDIDIKAN AULIAURRASYIDIN  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN-RIAU  
1443 H / 2022 M

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan





**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**



**Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



YAYASAN PENDIDIKAN AULIAURRASYIDIN  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM  
AULIAURRASYIDIN

معهد أولياء الراشدون العاا الإسلامى

ISLAMIC COLLEGE OF AULIAURRASYIDIN

KAMPUS PANAM (PART ENAM) JALAN GERILYA No. 12 TEMBILAHAN BARAT 29213  
Email: akademik@stai-tbh.ac.id

TERAKREDITASI



BAA-PT

**PENGESAHAN**

No. 164/STAI-AUR/Skripsi/X/2022

Skripsi berjudul "ANALISIS STRATEGI PROMOSI USAHA CAFÉ GETHA DI KOTA TEMBILAHAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM", yang telah ditulis oleh sdr. NENGSIH AMELIA, NIRM 1209.17.08261 telah dimunaqasahkan pada tanggal 28 Mei 2022, dan telah diperbaiki sesuai permintaan Tim Penguji Munaqasah dengan Yudisium **Sangat Memuaskan**, IPK: 3,64.

**TIM MUNAQASAH**

Ketua  
Dr. Ir. H. Sahrudin, M.M.

Sekretaris  
Seri Yanti Siagian, S.Pd.I., M.Pd.

Penguji I  
Sitie Chairany, S.Pd., M.Pd., Ph.D.

Penguji II  
Ferdinan, S.Pd., M.Pd.

**FINAL**

Tembilahan, 19 Oktober 2022

Mengetahui  
Ketua STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

SYARIFUDIN, S.Pd.I., M.Pd.I  
NIDN. 2105068302

***Bersinergi dan Berinovasi untuk Pendidikan, Berkarya dan Berbakti untuk Negeri***

www.stai-tbh.ac.id



## BERITA ACARA PENGESAHAN BIMBINGAN

Kepada Yth,  
Ketua STAI Auliaurrasyidin  
Tembilahan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menilai, meneliti, mengeroksi dan mengedepankan perbaikan-perbaikan seperlunya terhadap isi skripsi saudara :

Nama : Pebria Safitri  
NIRM : 1209. 17. 08266  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Penggunaan *Marketing Mix* Pada *Onlimeshop* Di Tembilahan Kota

Dengan ini saya menilai bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurrasyidin Tembilahan untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah.

Wassamu'alaikum Wr. Wb.

Tembilahan, 19 April 2022

FERDINAN, S. Pd., M. Pd

NIDN. 2122076610



Hak

1. Dianggap merugikan sewajarnya atau sewajarnya atau sebaliknya merugikan atau sebaliknya merugikan

liaurasyidin Tembilahan

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

**FERDINAN, S.Pd., M.Pd**  
**DOSEN PROGRAM STUDI Esy**  
**STALAUURASYIDIN TEMBILAHAN**

**NOTA DINAS**

Perihal : Skripsi Saudari  
**Pebria Safitri**

Kepada Yth,  
Ketua STAI Auliaurasyidin  
Tembilahan

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan-perbaikan seperlunya terhadap isi skripsi saudara:

Nama : Pebria Safitri  
NIRM : 1209.17.08266  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Penggunaan *Marketing Mix* Pada *Online Shop* Di Tembilahan Kota

Maka dengan ini saya menilai bahwa skripsi tersebut sudah dapat disetujui untuk diajukan pada sidang munaqasah Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Tembilahan, 07 Maret 2022

Dosen Pembimbing

**FERDINAN, S.Pd., M.Pd**  
**NIDN. 212001871701**



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pebria Safitri  
NIRM : 1209.17.08266  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul "Penggunaan *Marketing Mix* Pada *Online Shop* Di Tembilahan Kota". Merupakan hasil karya saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai ketentuan yang berlaku di Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan.
3. Skripsi saya secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi.
4. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, bahwa karya saya ini bukan hasil karya asli saya, maka saya bersedia untuk menerima sanksi yang berlaku di Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan berupa pencabutan gelar, dan saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Tembilahan, 07 Maret 2022

Peneliti,

  
METERAI TEMPEL  
10000  
008ASAJX492154526  
**PEBRIA SAFITRI**  
NIRM: 1209.17.08266



## LEMBARAN MOTTO PENULIS

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

*Artinya: Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, (Q.S 94:5)*



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

## PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang tanpa ridha dan seizin-Nya penulis tidak mampu berbuat apa-apa oleh karena itu, atas izin-Nya kupersembahkan skripsi ini untuk Bapak saya Abdul Jalil dan ibu saya Mariah kesan yang mendalam dari lubuk hati kuucapkan kata terima kasih kepada ayah dan ibu yang dengan ikhlas memberikan doa dukungan dan motivasi sehingga aku tetap semangat dalam mempelajari ilmu agama dan ilmu pengetahuan. Buat kakakku muslimah, abang kandungku zulkarnain dan zulkifli, adikku zubaydah tersayang yang selalu memotivasi dan mendukungku, teman-teman satu perjuangan mahasiswa/i ekonomi syariah angkatan 2017 yang juga memberikan dukungan atas semangat dalam setiap langkahku. Dan dosen pembimbing bapak Ferdinan, S.Pd., M.Pd. yang telah dengan sabar membimbing sampai selesai. Terima kasih kepada semua yang berpartisipasi dan telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih untuk kampus tercinta Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Auliaurrasyidin

Tembilahan.

**STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN**



**ABSTRAK**

**PEBRIA SAFITRI (2022) : “PENGUNAAN *MARKETING MIX* PADA  
1209.17.08266 *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA.”**

Para penjual *onlineshop* di Tembilaan Kota menggunakan *marketing mix* pada bagian promosi hanya berdasarkan ketentuan dari penjual pada umumnya dan tidak menggunakan *marketing mix* khusus promosi dalam mempromosikan produk. Para penjual di Tembilaan Kota yang tidak mengerti dengan etika bisnis islam dalam promosi. Para penjual *onlineshop* tidak jujur dengan kondisi barang yang dijual dan tidak bertanggung jawab yang dapat menimbulkan penyimpangan yang dilarang syariat islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara penggunaan *marketing mix* pada bagian promosi yang dilakukan oleh penjual *onlineshop* di Tembilaan Kota dan penggunaan *marketing mix* pada bagian promosi sudah sesuai berdasarkan dengan etika bisnis Islam. Dalam penelitian yang menjadi subjek penelitian adalah penjual *onlineshop* di Tembilaan Kota, sedangkan objek penelitiannya adalah penggunaan *marketing mix* pada *onlineshop* di Tembilaan Kota dalam perspektif ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode pengumpulan data dengan cara wawancara dan dokumentasi. Pengambilan sampel menggunakan teknik *proposive sampling*. Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan sejak tanggal 06 Agustus – 06 November 2021.

Dari hasil analisis temuan penelitian menunjukkan bahwa *marketing mix* khusus promosi etika dalam Islam yang dilakukan para penjual *onlineshop* di Tembilaan Kota telah menerapkan sistem yang sesuai dengan ajaran Islam terlihat dari hasil kebenarannya yang mereka lakukan dimana penjual tidak menjatuhkan *online shop* lain, jujur dengan kondisi barang, berpakaian sopan dan juga bertanggung jawab. Belum sesuai dengan etika bisnis Islam terlihat dari hasil kebenarannya yang mereka lakukan yaitu masih terdapat konsumen yang komplain karena barang yang diterima tidak sesuai dan tidak menggunakan *caption-caption* edukasi Islami.

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *marketing mix* khusus promosi pada *onlineshop* di Tembilaan Kota belum memenuhi berdasarkan etika bisnis Islam.

**Kata Kunci:** *Marketing Mix*, dan *Online Shop*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilaan



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat iman dan Islam serta nikmat kesempatan dan kesehatan kepada kita semua, berkat limpahan rahmat, hidayah dan inayah-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Penggunaan Marketing Mix Pada Online Shop Di Tembilahan Kota”** dengan sebaik mungkin.

Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia ke jalan yang benar dan lurus dengan cahaya yang terang keberkahan, kedamaian, dan keselamatan di dunia dan akhirat yaitu di jalan Allah SWT, dengan tuntunan al-Quran dan Hadis.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak kesulitan dan hambatan yang didapati baik dari segi moril maupun materil. Namun berkat pertolongan Allah SWT berupa kesungguhan dan bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, arahan, motivasi dan dukungan yang sangat membantu penulis dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Kursani, S.Pd.I. selaku Ketua Yayasan Auliaurasyidin Tembilahan.
2. Bapak Syarifudin, S.Pd.I., M.Pd.I. selaku Ketua STAI Auliaurasyidin Tembilahan.
3. Bapak M. Ridhwan, S.Pd., M.Ed. selaku Wakil Ketua I, Bapak H. Deddy Yusuf Yudhyarta, S.Mn., M.Pd.I. selaku Wakil Ketua II, dan Bapak Dr. Ir.



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

### © Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

H. Sahrudin, M.M. selaku Wakil Ketua III STAI Auliaurrasyidin Tembilahan.

4. Bapak Sai'in, S.E.I., M.E.Sy. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Ibu Seri Yanti Siagian, S.Pd.I., M.Pd. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah STAI Auliaurrasyidin Tembilahan.
5. Bapak Ferdinan, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, arahan, motivasi dan semangat pada penulis.
6. Bapak dan ibu dosen STAI Auliaurrasyidin Tembilahan khususnya pada program studi ekonomi syariah.
7. Seluruh staf tata usaha STAI Auliaurrasyidin yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran administrasi dari awal hingga akhir perkuliahan penulis.
8. Seluruh informan yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini dan telah banyak memberikan perannya kepada penulis.
9. Ayah, ibu, dan saudara-saudariku yang senantiasa menghaturkan doa, memberikan motivasi, dukungan dan semangat.
10. Rekan-rekan seperjuangan di program studi ekonomi syariah angkatan 2016 khususnya lokal A STAI Auliaurrasyidin Tembilahan.

Penulis telah berusaha sesuai dengan kemampuan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Namun demikian, penulis sangat menghargai masukan yang positif dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, penulis



berharap mudah-mudahan skripsi ini memberikan manfaat bagi dunia pendidikan dan menambah khazanah bagi penulis serta umumnya bagi para pembaca.

Tembilahan, 07 Maret 2022

Penulis,

**PEBRIA SAFITRI**

**NIRM: 1209.17.08266**



**FINAL**

**STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN**

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PENGESAHAN PENGUJI MUNAQSAH .....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
MOTTO PENULIS .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Pertanyaan Penelitian .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
A. Landasan Teori.....	8
1. <i>Marketing</i> (Pemasaran) .....	8
2. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) .....	11
3. Unsur-unsur <i>Marketing Mix</i> .....	13
a. <i>Product</i> (Produk).....	15
b. <i>Price</i> (Harga) .....	17
c. <i>Promotion</i> (Promosi).....	21
d. <i>Place</i> (Tempat).....	28

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

4. <i>Online shop</i> .....	22
5. Promosi Dalam Etikan Bisnis Islam .....	27
B. Kajian Penelitian Relevan.....	28
C. Kerangka Berfikir.....	30

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....31**

A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	32
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
E. Sumber Data Penelitian.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data .....	34
G. Teknik Analisis Data.....	35

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....37**

A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	37
1. Deskripsi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Indragiri Hilir .....	37
2. Tugas dan Fungsi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Indragiri Hilir.....	45
3. Sejarah <i>Online shop</i> di Tembilahan Kota .....	46
B. Penyajian Data .....	50
1. Reduksi data .....	50
2. Display data .....	70
3. <i>Conglusion</i> Verifikasi data.....	78
C. Analisis Data.....	80

**BAB V PENUTUP .....82**

A. Kesimpulan .....	82
B. Saran.....	84



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

## DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN-LAMPIRAN

- Lampiran I (Lembar Wawancara)
- Lampiran II (Surat Bukti Wawancara)
- Lampiran III (Surat Izin Penelitian)
- Lampiran IV (Surat Selesai Penelitian)
- Lampiran V (SK Penetapan Judul Skripsi/Pembimbing)
- Lampiran VI (Foto Dokumentasi)

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 **Hak Cipta Miilik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Reduksi Data .....	50
Tabel 4.2 Display data penjual .....	70
Tabel 4.3 Display data pembeli .....	75



**STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....30



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



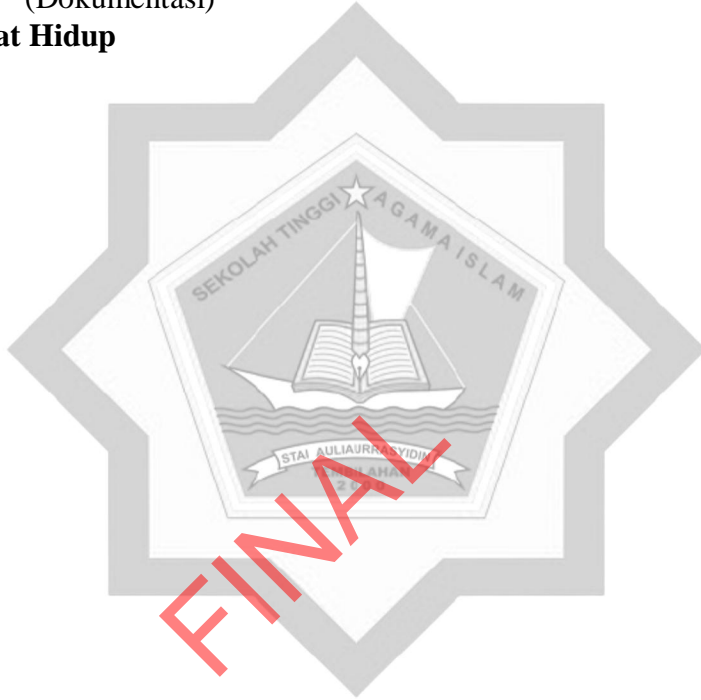
**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	(Lembar Wawancara)
Lampiran II	(Saurat Bukti Wawancara)
Lampiran II	(Surat Izin Penelitian)
Lampiran III	(Surat Selesai Penelitian)
Lampiran IV	(SK Penetapan Judul Skripsi/Pembimbing)
Lampiran V	(Dokumentasi)

## Daftar Riwayat Hidup



**STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan internet yang pesat memberi pengaruh dalam berbagai aspek kehidupan salah satunya dalam dunia bisnis.

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Artinya bisnis memiliki makna sebagai “*the buying and selling of goods and services*” bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antara individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup.<sup>1</sup>

Salah satu bidang bisnis yang dapat diakses melalui media internet yang adalah bisnis *onlineshop*. Seiring berjalannya waktu, bisnis *onlineshop* semakin berkembang dengan berbagai inovasi dan kreativitas yang dilakukan sehingga menjadikan persaingan di dalamnya menjadi sangat ketat. Agar setiap usaha *onlineshop* tetap dapat bertahan di tengah persaingan, seorang wirausahawan harus mampu menyusun strategi yang efektif dan efisien.

Strategi penting untuk disusun untuk mempertahankan keunggulan-keunggulan yang dimiliki perusahaan agar tidak mengalami penurunan. Salah satu fungsi strategis perusahaan pada saat terjadi persaingan adalah kegiatan pemasaran. Adapun inti dari sistem pemasaran adalah bauran pemasaran atau *marketing mix*.

*Marketing mix* berarti bauran pemasaran yaitu kegiatan mengkombinasikan berbagai kegiatan marketing agar dicapai

<sup>1</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2013).



kombinasi maksimal dan hasil yang paling memuaskan ada empat elemen yang tercakup dalam bauran pemasaran ini yang dikenal dengan elemen 4P ( $P1= Product$ ,  $P2= Place$ ,  $P3= Price$  dan  $P4= Promotion$ ).<sup>2</sup>

Bauran pemasaran atau *Marketing Mix* merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap image suatu produk. Oleh karena itu bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk. Strategi bauran pemasaran yaitu : produk, harga, promosi dan tempat sangat berperan terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan akan permintaan barang.

Bauran pemasaran syariah ~~sebenarnya~~ sama saja dengan bauran pemasaran konvensional perbedaannya terletak pada implementasinya. karena pada setiap unsur variabel dalam bauran pemasaran syariah di dasarkan pada perspektif Islam. Pemasaran syariah adalah pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai keadilan dan kejujuran dan berpegang teguh pada Al-Qur'an dan hadits shahih. Sehingga segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Dalam pemasaran syariah perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun turut pula berorientasi pada tujuan lainnya yaitu keberkahan.

Salah satu bagian dari *marketing mix* yaitu promosi. Promosi adalah elemen keempat dalam *marketing mix*. “Promosi didefinisikan sebagai komunikasi yang memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk,

<sup>2</sup> Buchari, Alma. *Kewirausahaan*. (Bandung : Alfabeta : 2014). h. 201



yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan mendorong mereka untuk membeli”.<sup>3</sup>

Media promosi yang akhir-akhir ini yang sedang marak dan banyak diminati oleh sebagian besar orang karena pertumbuhannya yang cukup pesat serta mudah digunakan yaitu sosial media. Sosial seperti *facebook*, *whatsapp*, *instagram* dan sebagainya. Aplikasi media sosial yang semakin populer sebagai alat komunikasi bisnis *Online shop*. Dengan menggunakan sosial media sebagai media promosi, mampu meminimalisir penggunaan biaya. Selain biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan tidak banyak. Segi promosi melalui media *online shop* atau toko *online* merupakan kegiatan jual beli yang antara penjual dan pembeli tidak bertemu secara fisik.

*Trend* belanja di *online shop* juga memasuki daerah Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir dan menjadi fenomena baru dalam paradigma berbelanja masyarakat seperti di Kelurahan Tembilahan Kota saat ini. Tembilahan Kota merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir. Dimana ketika mempromosikan *onlineshop owner* harus memperhatikan etika pada saat mempromosikan. Para *owner onlineshop* Tembilahan Kota juga memanfaatkan sosial media sebagai media promosi. Aplikasi sosial media yang sering digunakan *owner onlineshop* Tembilahan Kota yaitu *facebook*, *whatsapp* dan *instagram*. Dengan banyak fungsi menjadi tempat yang menjanjikan untuk memasarkan dan mempromosikan produk *online* nya. Produk yang ditawarkan oleh *online*

<sup>3</sup> Buchari, Alma. *Pengantar Bisnis*. (Bandung : Alfabeta, 2016). h. 301.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



*shop* selalu ditawarkan dalam bentuk gambar atau video yang berada di dunia maya atau sosial media. Media promosi menggunakan aplikasi sosial media juga memudahkan konsumennya untuk melihat produknya yang dijual dan dapat langsung memberi komentar foto yang diminati dengan respon yang cepat dan ramah oleh akun *onlineshop* itu sendiri.

Sebelumnya peneliti telah melakukan wawancara singkat mengenai promosi pada *onlineshop* di Tembilahan Kota wawancara 18 Februari 2021 jam 10:19 WIB dengan saudari SM, *onlineshop* merupakan tempat pemesanan barang dimana *owner* mempromosikan melalui media sosial. Produk yang dipromosikan *owner onlineshop* ini seperti pakaian dan *cosmetic*. Sosial media yang digunakan seperti *facebook*, *whatsapp* dan *instagram*. Alasan utama yang disebutkannya adalah menghemat biaya dan juga jangkauan yang luas.

Selanjutnya, pada wawancara kedua dengan saudari J tanggal 19 Februari 2021 pukul 14.35 WIB *onlineshop* di Tembilahan Kota yang juga menggunakan *marketing mix* bagian promosi. Mereka mempromosi yang digunakan melalui sosial media alasan utama adalah biaya yang dikeluarkan lebih murah, menghemat waktu dan dapat diakses dalam waktu 24jam. Sedangkan, kendala yang dihadapi dimana tidak jujur dengan kondisi barang.

Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui cara penggunaan *marketing mix* pada bagian promosi di *online shop* Tembilahan Kota, karena bauran pemasaran memegang peranan yang sangat penting, promosi merupakan ujung tombak bagi para penjual *online shop*.

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

### © Hak Cipta Milik STAL Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAL Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAL Auliaurasyidin Tembilahan



Hasil wawancara yang penulis lakukan kepada beberapa *owner onlineshop* Tembilaan Kota bahwa promosi yang dilakukan pada umumnya tidak memperhatikan etika bisnis dalam mempromosikan *onlineshopnya*. Mereka hanya mengutamakan sikap ramah terhadap pembeli. Tidak hanya itu mereka tidak memberikan informasi mengenai kondisi barang yang dipromosikan.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan, terlihat pada *marketing mix* bagian promosi di *online shop* yang peneliti sebutkan. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam, guna mengetahui secara lebih jelas tentang bagaimana cara penggunaan *marketing mix* bagian promosi pada *online shop*, dari hal di atas peneliti melakukan analisis dengan menarik sebuah judul **“Penggunaan Marketing Mix Pada Online Shop Di Tembilaan Kota”**

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah peneliti hanya meneliti bagaimana Penggunaan *Marketing Mix* ( Promosi) Pada *Onlineshop* Dalam Etika Bisnis Islam di Tembilaan Kota.

## C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan Fokus Penelitian di atas, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:



1. Bagaimanakah cara penggunaan *marketing mix* pada bagian promosi yang dilakukan oleh *owner onlineshop* di Tembilahan Kota ?
2. Apakah penggunaan *marketing mix* pada bagian promosi sudah sesuai berdasarkan dengan etika bisnis Islam ?

#### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui cara penggunaan *marketing mix* pada bagian promosi yang dilakukan oleh *owner onlineshop* di Tembilahan Kota
2. Untuk mengetahui penggunaan *marketing mix* pada bagian promosi sudah sesuai berdasarkan dengan etika bisnis Islam

#### E. Manfaat Penelitian

1. Untuk Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan intelektual dalam pengembangan ilmu bagi penulis khususnya yang berkaitan dengan ekonomi syariah.

2. Untuk Penjual

Sebagai acuan bagi penjual dalam menggunakan *marketing mix* pada *onlineshop* di Tembilahan kota.

3. Untuk peneliti selanjutnya.

Dapat dijadikan sebagai landasan ataupun alat untuk menjawab berbagai masalah yang akan dihadapi di masa mendatang yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini. Dan dapat menjadi titik tolak bagi

penelitian selanjutnya, baik bagi penelitian yang berhubungan atau yang lain, sehingga penelitian ini dapat berkesinambungan.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan





## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Landasan Teori

#### 1. *Marketing* (Pemasaran)

##### a. Pengertian Pemasaran

Menurut Asosiasi Pemasaran Amerika memberikan definisi pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan yang menguntungkan para pemilik sahamnya.<sup>4</sup>

Menurut Kotler menjelaskan arti pemasaran adalah proses sosial dan manajemen di mana setiap individu dan juga kelompok akan mendapatkan kebutuhan dan kebutuhan mereka dengan membangun, menyediakan dan mempertukan nilai produk dengan orang lain.

*Marketing* (pemasaran) merupakan satu kegiatan pokok yang harus dipahami dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk berkembang dan mendapatkan laba.<sup>5</sup>

Jadi, dapat disimpulkan, pemasaran adalah suatu kegiatan perekonomian yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan.

Berhasil tidaknya pemasaran dalam mencapai tujuan bisnis bergantung pada keahliannya di bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan bidang lainnya. Sebagaimana dijelaskan oleh pakar pemasaran, pemasaran adalah keseluruhan sistem kegiatan bisnis yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembeli barang dan jasa yang ada dan yang potensial.<sup>6</sup>

<sup>4</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung, 2012), h. 6.

<sup>5</sup>Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2013), h. 341.

<sup>6</sup>J. William Stanto, Lamarto Y, *Prinsip Pemasaran*, ( Jakarta: Erlangga, 1996). h. 122



## b. Konsep Pemasaran

Konsep inti dari kegiatan pemasaran ialah :

### 1) Kebutuhan, Keinginan, Permintaan

Kebutuhan secara umum terbagi atas kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Semua ini termasuk kebutuhan fisik dasar akan makanan, pakaian, keamanan, kebutuhan sosial akan rasa memiliki dan kasih sayang, dan kebutuhan individual akan pengetahuan dan mengekspresikan diri. Semua kebutuhan ini tidak diciptakan oleh pemasar, semuanya merupakan bagian mendasar manusia. Sifat dari kebutuhan adalah *sunatullah*, artinya sudah *built-in* dalam setiap diri manusia.

Keinginan adalah bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual. Manusia mempunyai keinginan yang nyaris tanpa batas tetapi sumber daya yang dimilikinya terbatas. Jadi, mereka ingin memilih produk yang memberi nilai dan kepuasan paling tinggi untuk sumber daya yang mereka miliki. Dengan keinginan dan sumber daya yang mereka miliki, manusia menciptakan permintaan akan produk dengan manfaat yang mampu memberikan kepuasan paling tinggi.

Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli, keinginan dapat berubah menjadi permintaan bilamana disertai dengan daya beli. Konsumen memandang produk sebagai kumpulan manfaat dan memilih produk yang memberikan kumpulan terbaik untuk uang yang mereka keluarkan. Setiap orang dapat memiliki banyak keinginan, namun tidak semua keinginan tersebut menjadi suatu permintaan apabila tidak disertai dengan daya beli atas keinginan tersebut.

### 2) Produk (Jasa dan barang)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Istilah produk mencakup barang fisik, jasa dan berbagai sarana lain yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Proses pendifisian produk ini akan mempengaruhi strategi pemasaran yang akan digunakan, sebab pemasaran barang akan berbeda dengan pemasaran jasa.

### 3) Nilai, biaya dan kepuasan

Setelah mengetahui keinginan dan kebutuhan akan barang dan jasa konsumen akan dihadapkan pada jajaran produk dan jasa yang beraneka ragam. Kepuasan pelanggan



berkaitan erat dengan nilai kegunaan. Nilai kegunaan mempunyai dampak langsung pada prestasi produk dan kepuasan pelanggan. Nilai dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara nilai yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut. Nilai disini ada yang diartikan sebagai nilai nominal, yaitu harga dari produk tersebut. Dan ada nilai intrinsik yaitu nilai guna dari produk tersebut, sementara kepuasan pelanggan adalah apa yang didapat oleh konsumenn dibandingkan dengan persepsi konsumen atas produk tersebut.

4) Pertukaran, transaksi dan hubungan

Pertukaran merupakan konsep inti dari pemasaran, mencakup perolehan produk yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya. Sifat pertukaran merupakan sifat yang sunatullah dari manusia, terlihat dari bentuk pertukaran yang dilakukan mulai dari barter- pertukaran barang dengan barabg sampai dengan pertukaran barang dengan uang yang kita lakukan saat ini dalam transaksi sehari-hari. Pertukaran disini dapat pula bermakna pertukaran manfaat produk yang dimiliki perusahaan kepada konsumen.

5) Pasar

Konsep pertukaran mengarah ke konsep suatu pasar, fdimana pasar adalah perangkat pembeli yang aktual dan potensial dari sebuah produk. Ukuran suatu pasar tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, mempunyai sumber daya untuk terlibat dalam pertukaran dan bersedia menawarkan sumber daya. Untuk mencapai pasar sasaran, ada tiga jenis saluran pemasaran, pemasaran yang dapat digunakan yaitu saluran komunikasi, saluran distribusi dan saluran jasa. Saluran komunikasi digunakan untuk menyerahkan dan menerima pesan dari pembeli sasaran. Saluran komunikasi meliputi surat kabar, radia, reklame dan berbagai media lainnya. Saluran distribusi digunakan untuk memamerkan atau menyerahkan produk fisik atau jasa kepada pembeli atau pengguna, termasuk distributor, subdistributor, grosir, agen dan pengecer. Saluran jasa digunakan untuk melakukan transaksi dengan pembeli potensial, mencakup pergudangan, perusahaan angkutan, perbankan dan perusahaan asuransi yang memudahkan transaksi.

6) Pemasaran, pemasar dan prospek

Pemasaran berarti mengolah pasar untuk menghasilkan pertukaran dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Dalam situasi biasa pemasaran mencakup

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

### © Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



melayani pasar pengguna akhir bersama pesaing. Perusahaan dan pesaing mengirimkan produk dan dan bersama pesaing.

Pemasar adalah pihak yang memasarkan atau menawarkan manfaat suatu produk kepada pihak lain yang menjadi pasar sasaran dari produk tersebut. Sememntara prospek adalah pihak yang merupakan target pasar potensial dari produk yang ditawarkan oleh pemasar.<sup>7</sup>

## 2. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran). Pemasaran terdiri dari strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dimana organisasi atau perusahaan mengembangkan untuk mentransfer nilai melalui pertukaran untuk pelanggannya.

“*Marketing mix* (bauran pemasaran) adalah strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan”.<sup>8</sup>

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai semua aktivitas yang bertujuan untuk mempromosikan arus barang atau jasa yang paling efektif dari produsen ke konsumen untuk menghasilkan permintaan yang efektif.<sup>9</sup>

*Marketing mix* salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada pelanggan, dan hal ini menjadi penting karena akan berhubungan dengan laba yang akan dicapai. *Marketing mix* akan berguna secara optimal bila

<sup>7</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.* h. 7

<sup>8</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasar* (Bandung : Alfabeta, 2014), h. 205.

<sup>9</sup>Alex S Nitisemito, 1981, h. 13



didukung oleh perencanaan yang struktur baik dalam segi internal maupun eksternal.

Pemasaran terdiri dari strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dimana organisasi atau perusahaan mengembangkan untuk mentransfer nilai melalui pertukaran untuk pelanggannya. Definisi pemasaran menurut Kotler dan Keller, pemasaran adalah proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.<sup>10</sup>

Bauran pemasaran syariah tidak jauh berbeda dengan bauran pemasaran pada umumnya, perbedaannya hanya terletak pada implementasinya, karena setiap variabel dalam bauran pemasaran syariah pelaksanaannya didasarkan atas perspektif Islam). Dan untuk keberhasilan suatu bisnis, terdapat 4 unsur bauran pemasaran (Marketing Mix-4p) yaitu: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*).<sup>11</sup>

Bagaimana dikemukakan Saeed, dkk (2001) bahwa Islam memiliki pondasi yang kuat yang mendasarkan pada prinsip- prinsip kejujuran dan keadilan, dan memberikan arah dan tujuan dalam menciptakan nilai dan

<sup>10</sup> Sabran, *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas Jilid I Philip Kotler*. (PT: Erlangga, 2008), h. 6

<sup>11</sup> Roni Mohamad. STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo)* Volume 2, (Nomor 1, April 2021).H. 18 [file:///C:/Users/Acer/Downloads/234-Article%20Text-464-1-10-20210701%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/234-Article%20Text-464-1-10-20210701%20(2).pdf) diakses pada tanggal 11 Februari 2022 pukul 10.00 wib.



meningkatkan standar kehidupan masyarakat melalui usaha komersial selama mengikuti prinsip-prinsip tersebut. Saeed, dkk (2001) menegaskan bahwa prinsip maksimalisasi nilai merupakan jantung pemasaran Islam yang didasarkan pada keadilan dan kejujuran (menciptakan transaksi atau komunikasi dengan mitra usaha secara adil dan wajar) untuk kesejahteraan masyarakat. Prinsip maksimalisasi nilai tersebut dikonseptualisasikan melalui bauran pemasaran dalam perspektif Islam, meliputi produk, harga, promosi, distribusi, dan orang.

Disinilah pentingnya konsep *Islamic Marketing* memberikan tuntunan bagi pelaku usaha dalam mengimplementasikan bauran pemasaran dalam perspektif Islam, disamping itu memberi pedoman dalam membentuk karakter pemasar syariah berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam yang bersumber dari Al-Quran dan As-Sunnah.

### 3. Unsur-Unsur *Marketing Mix*

Unsur-unsur *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) yaitu :<sup>12</sup>

#### a. *Product* (Produk)

Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan dan/atau keinginan orang/konsumen. Produk yang ditawarkan meliputi : barang, jasa, pengalaman, kejadian, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan kemampuan.<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Yevis. Marty Oesman *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Costumer Value, Dan Costomer Dependency*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2010). h. 205-211.

<sup>13</sup> *Ibid*, h 24.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



Bauran produk merupakan bauran yang disebut pertama, karena dengan menjual produk perusahaan akan memperoleh laba melalui pendapatan. Memahami hierarki produk sangat penting bagi setiap pelaku usaha, dengan memahami hierarki produk selaku usaha akan dapat mencitakan produk bagi target pembeli pada arena pasar yang dituju.

Posisi produk akan berpengaruh terhadap bauran pemasaran lainnya seperti harga saluran distribusi, produk akan berpengaruh kepada biaya dan harga. Kecuali harga, sebenarnya bauran pemasaran lainnya identik dengan biaya yang pada akhirnya berpengaruh tsan tentang posisi produk merupakan keputusan yang sangat strategik. Terhadap kegiatan ini disebut dengan segmenting, targetting, position atau sering disebut dengan singkatan STP. Untuk STP akan dikupas lebih mendalam setelah dibahas tentang bauran-bauran pemasaran lainnya.<sup>14</sup>

Mutu proses produksi merupakan masalah yang paling penting dalam pandangan etika Islam. Al-Qur'an menegaskan bahwa pelaksanaan dari tujuan akhir yang aman dan berkualitas adalah suatu aspek guna mewujudkan produk-produk dan jasa yang aman dan dapat dipercaya para pelanggan. Sebagaimana dijelaskan dalam Surah Al-Baqarah: 172:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah*

<sup>14</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*, (Bandung Alfabeta, 2021). Hlm. 131.



kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.(QS. Al-Baqarah : 172).<sup>15</sup>

Dalam beberapa ayat-ayat Al-Qur'an mengungkapkan "Makanlah dari berbagai hal yang halal," dan "Kerjakanlah perbuatan-perbuatan saleh." Ringkasnya, semua ungkapan-ungkapan ini dimaksudkan untuk menekankan perbuatan-perbuatan berprinsip saleh, termasuk di dalamnya adalah masalah produksi, konsumsi, dan pemasaran produk-produk asli dan sah menurut hukum. Proses produksi dalam pandangan Islam sangat berbeda dibandingkan dengan pemikiran Barat. Perspektif Islam menyertakan unsur-unsur moral dan transendental di dalam pengambilan keputusan proses produksi (Al-Misri, 1991).

b. *Price* (Harga)

Harga (*price*) adalah nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap barang atau jasa. Oleh karena itu, kunci menentukan harga produk terletak pada pemahaman terhadap nilai yang akan diberikan konsumen kepada produk. Apabila harga lebih tinggi dari pada nilai yang dirasakan konsumen, pertukaran tidak akan terjadi. Dalam pemasaran jasa, harga sering dimanfaatkan untuk membangun kepercayaan akan mutu jasa yang ditawarkan.

Tujuan harga (*price*) antara lain : profit maximalitation (memaksimalkan laba), *market share pricing* (merebut pangsa pasar), *current revenue pricing* (pendapatan yang maksimal), target *profit*

<sup>15</sup> Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah.



*procing* (penetapan harga untuk sasaran), dan *promotional procing* (penetapan harga untuk promosi).

Bentuk penentuan harga, menurut Ibnu Taimiyah sebagaimana dikutip oleh Yusuf Qardhawi, ada yang diperbolehkan dan ada yang dilarang dalam Islam. Tas'ir yang zalim, adalah diharamkan dan adil diperbolehkan (Qardhawi, 1997). Menurut Ibnu Taimiyah sebagaimana dikutip Karim menyatakan bahwa harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran (Karim, 2003).

Dengan demikian, harga ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan. Titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara para pembeli dan para penjual yang mana para pembeli memberikan ridha dan para penjual juga memberikan ridha. Baik pihak pembeli maupun penjual masing-masing meridhai. Titik keseimbangan yang merupakan kesepakatan tersebut dinamakan dengan harga. Ibnu Taimiyah menyatakan, bahwa besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah (Ibnu Taimiyah, 1976).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



c. Promosi

“Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa.”<sup>16</sup>

Menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Rismi, promosi adalah kegiatan dimana perusahaan berusaha secara langsung atau tidak langsung menginformasikan, mengundang dan mengingatkan pelanggan tentang merek dan produk yang mereka jual. Promosi adalah aktivitas terakhir dari bauran pemasaran yang sangat penting. Oleh karena itu, pembeli adalah raja, dan produsen berbagai komoditas bersaing untuk memenangkan hati pembeli, yang membuat mereka tertarik dan ingin membeli komoditas yang mereka jual.<sup>17</sup>

Promosi dalam perspektif syariah merupakan suatu upaya penyampaian informasi yang benar terhadap produk barang atau jasa kepada calon konsumen atau pelanggan. Berkaitan dengan hal itu maka ajaran Islam sangat menekankan agar menghindari unsur penipuan atau memberikan informasi yang tidak benar bagi para calon konsumen atau pelang.<sup>18</sup>

<sup>16</sup>Onny, Fitriana Sitorus. *Strategi Promosi Pemasaran*. (Jakarta : FKIPUHAMKA : 2017). h. 7.

<sup>17</sup>Rismi. Somad, 2014, h.237.

<sup>18</sup> M. Kholil Nawawi2, Analisis Sharia Marketing Mix Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Pada Online Shop Tiws.Id Istianah. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* Volume 05. (No 01, Tahun 2018). h. 282. <file:///C:/Users/Acer/Documents/918-Article%20Text-3457-1-10-20181203.pdf> diakses pada tanggal 10 Februari 2022 pukul 10.00 wib.



Riwayatkan oleh Ibnu Umar radhiyallahu anhuma bahwa ada seorang sahabat mengadu kepada Nabi SAW ia sering tertipu berjual-beli, maka Nabi Muhammad SAW bersabda:

إذا أنت بايعت، فقل: لا خلافة، ثم أنت في كل سلعة ابتعتها با خيار ثلاث ليال، فإن رضيت فأمسك، وإن سخطت فارددها على صاحبه

Artinya: "Bila engkau membeli ucapkanlah, "Tidak boleh menipu! Kemudian, barang yang telah dibeli boleh dikembalikan selama tiga hari, jika engkau rela tahan barangnya (jangan dikembalikan) dan jika engkau tidak rela barang dapat engkau kembalikan kepada penjualnya". (HR. Ibnu Majah. Hadis ini dinyatakan Hasan oleh Al-Albani).

Dalam promosi terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan, pada umumnya ada empat kegiatan yang biasa dilakukan yaitu periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas dan humas.<sup>19</sup>

#### 1) Periklanan (*advertensi*)

Periklanan merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi yang sering dilakukan perusahaan melalui komunikasi non individu dengan sejumlah biaya seperti iklan melalui media masa, perusahaan iklan, lembaga non laba, individu-individu yang membuat poster dan sebagainya. Periklanan dilakukan untuk memasarkan produk baru, memasuki segmen pasar yang baru atau yang tidak terjangkau oleh salesman maupun *personal selling*. Periklanan sering dilakukan baik melalui surat kabar, radio, internet dan TV, pos langsung bahkan atau bahkan melalui biro periklanan.

<sup>19</sup>Ibid, h. 23

Secara garis besar media iklan dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu iklan media cetak, iklan media elektronik dan iklan media luar.

- a) Iklan media cetak Media cetak adalah media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual yang dihasilkan dari proses percetakan; bahan baku dasarnya maupun sarana penyampaian pesannya menggunakan kertas ataupun sejenisnya. Beberapa bentuk media iklan yang termasuk dalam iklan media cetak diantaranya adalah :
  1. Iklan majalah merupakan media iklan yang berada di halaman majalah. Majalah sebenarnya hampir sama dengan koran, perbedaanya banyak terlihat pada bentuk yang berbeda, bahan kertas lebih eksklusif, desain layout, dan biasanya memiliki segmen pasar tertentu dan terbit sebulan sekali.
  2. Katalog produk merupakan media yang khusus berisi promosi produk. Katalog produk ini bisa hanya berisi berbagai produk dari satu persahaan tertentu saja, ataupun satu jenis produk namun dari banyak perusahaan. Katalog produk biasanya tidak diperdagangkan alias dibagikan secara gratis. Katalog adalah alat publikasi yang digunakan perusahaan sebagai cara untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Grafis memungkinkan berbagai macam perusahaan untuk menginformasikan kepada calon pelanggan.
- b) Iklan media elektronik Media elektronik adalah media iklan yang proses bekerjanya berdasar pada prinsip elektronik dan elektromagnetis. Jangkauan media elektronik ini memiliki kelebihan mampu menjangkau audience yang lebih luas dalam waktu yang bersamaan. Contoh iklan media elektronik



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



adalah online advertising merupakan iklan yang ditampilkan di media online atau media sosial seperti facebook.

- c) Iklan media luar ruang Merupakan berbagai media iklan yang ditempatkan di luar ruangan seperti jalan, pasar, terminal stasiun dan tempat publik lainnya.

- 2) *Personal selling*

*Personal selling* merupakan kegiatan promosi yang dilakukan antar individu yang sering bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Proses personal selling sebagai berikut : Pelayanan sesudah penjualan.

- 3) Promosi penjualan

*Promosi penjualan adalah salah satu bentuk kegiatan promosi dengan menggunakan alat peraga seperti Peragaan, pameran, demonstrasi, hadiah, contoh barang dan sebagainya.*

- 4) Publisitas

Publisitas merupakan kegiatan promosi yang hampir sama dengan periklanan yaitu melalui media massa tetapi informasi yang diberikan tidak dalam bentuk iklan tetapi berupa berita. Biasanya lembaga yang dipublikasikan tidak mengeluarkan biaya sedikitpun tetapi bisa merugikan kalau lembaga yang dipublikasikan diberitakan kejelekannya.

Beberapa langkah yang diperlukan dalam rangka melakukan komunikasi yang efektif, meliputi : tetapkan target komunikasi, tetapkan sasaran yang ingin dicapai, siapkan desain pesan yang akan disampaikan, tetapkan saluran yang akan digunakan, anggarkan biaya yang diperlukan, tetapkan komposisi media yang akan digunakan, tetapkan ukuran kinerja dan kelola dengan baik kesatuan komunikasi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



d. *Place* (Tempat)

*Place* merupakan keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan. Tempat dimana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan outlet yang memungkinkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh suatu produk. Berbagai kegiatan dilakukan perusahaan untuk memuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran. Sebagai salah satu variabel *marketing mix*, *place*/distribusi mempunyai peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan memastikan produknya, karena tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat.

#### 4. *Onlineshop*

*Marketing* atau pemasaran sekarang sudah beralih dari konsep tradisional yang terkenal dengan *sales door to door* menjadi revolusi digital, dimana perdagangan sudah mencapai hitungan detik. Sehingga promosi yang merupakan bagian dari pemasaran beralih dari tradisional atau offline menjadi *online* atau serba digital internet.<sup>20</sup>

*Onlineshop* atau belanja *online* via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara online tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Cipta Halim, *Tips Praktis Promosi Online untuk Berbagai Event*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), h. 47.

<sup>21</sup> Chaca, Andira Sari. "Perilaku Berbelanja Online Dikalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga". *Jurnal Educational Evaluation and Alanytics*. Vol. 4 (Nomor2, tahun 2015). H. 208. <file:///C:/Users/Acer/Documents/jurnal%20caca%20andira%20sari.pdf> diakses pada tanggal 02 Mei 2021 pada pukul 14.32 WIB.



*Online shop* bukan hanya sekedar dianggap sebagai pemilihan dalam berbelanja, melainkan telah menjadi bagian dari adanya perubahan sosial budaya dalam masyarakat. Pada *online shop* konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video.

Belanja *online* adalah kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet. Melalui belanja internet seorang pembeli dapat melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak ia belanjakan melalui web yang dipromosikan oleh penjual.

*Onlineshop* yang bisa dijadikan lahan bisnis sangat bermacam-macam, jenis-jenis toko *online* dilihat dari *fitur-fitur website* yang digunakan dapat digolongkan ke dalam tiga jenis:

a. Toko *online regular online*

Terdiri *online regular* terdiri dari fitur-fitur sederhana, dimana toko *online* ini hanya berfungsi sebagai tempat pemajangan produk, tidak dilengkapi dengan fitur alat pembayaran. Kontak penjual dan pembeli melalui telepon atau email, transaksi tidak tersambung ke bank atau kartu kredit dan pengiriman dilakukan secara manual.

b. Toko *online semi online*

Toko *online semi online* merupakan toko *online* yang sebagian fitur-fiturnya sudah lengkap, tidak ada kontak langsung



antara penjual dan pembeli karena toko *online* ini telah dilengkapi dengan jawaban-jawaban yang dibutuhkan oleh pembeli. Pembeli hanya melakukan pilihan. Fitur transaksi dan pembayaran telah tersedia dan terhubung dengan akun bank masing-masing penjual dan pembeli. Pengisian data pembeli dan alamat pengiriman barang atau produk langsung terhubung dengan perusahaan *delivery*.

c. Toko *Online Full Online*

Toko *online full online* adalah *toko online* yang sudah sempurna dan semua kegiatan transaksi sudah serba otomatis.

Kegiatan belanja *online* ini merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah melalui media *notebook*, komputer, ataupun *handphone* yang tersambung dengan layanan akses internet. Pertumbuhan pengguna internet yang sangat pesat *e-commerce* dan aktivitas belanja melalui internet menjadi sangat populer diantara pengguna internet konsumen yang belanja secara *online* dapat diklasifikasikan dalam orientasi pembelian yang berbeda, orientasi pembelian konsumen dapat mempengaruhi baik perilaku pembelian mereka maupun niat pembelian dalam belanja *online*.

- a. Ciri-ciri toko *online* yang baik diantaranya :
- b. Mencantumkan alamat lengkap, jelas dan mudah di cari. Untuk hal ini, sebaiknya utamakan online shop yang punya *offline shop*.
- c. Harga murah yang dicantumkan masih wajar.
- d. Apabila ada pelanggan mau pembayaran COD, dia terima.

- e. Sudah banyak testimonial dari pelanggan-pelanggannya (tapi perlu diperhatikan juga apakah dia benar-benar pelanggan, atau account yang dibuat oleh sipenipu saya rasa ini hal yang cukup mudah, sense dan logika anda dibutuhkan).
- f. Foto produk biasanya unik, yaitu bisa menyertakan foto si penjual, koran yang beredar di kota penjual, ada *watermark* si penjual dan *angel* fotonya lebih bervariasi.

Dari pengertian di atas maka pelanggan *online* harus benar-benar memperhatikan transaksi *online* tersebut, agar tidak dapat terjadi penipuan dalam bertransaksi *online*. Karena banyak sekali terjadi penipuan- penipuan online dalam sebuah web tersebut, maka pelanggan online harus berhati-hati agar tidak terjadi penipuan *online*.

Berbagai macam, keuntungan menggunakan *online marketing* diantaranya :

- a) Kenyamanan pemasaran.

Melalui *online* memberikan kenyamanan bagi para owner, karena mereka dapat bekerja kapanpun selama 24 jam perhari. Pemilik pun dapat membantu melakukan proses pemasaran tanpa perlu membayar lembur karyawan.

- b) Kemudahan akses dan tidak terbatas.

Pemasaran *online* memudahkan para penjual untuk mempromosikan produk dan jasanya secara mudah. Produk dapat dikenal secara luas oleh siapapun dengan demikian konsumen



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



akan dengan mudahnya menemukan produk anda. Keuntungan *online marketing* juga salah satunya tidak terbatasnya ruang dan waktu, jadi sangat memungkinkan kostomer dari berbagai negara bisa mengakses dan mengetahui produk kita.

- c) Menekankan biaya promosi.

Dalam melakukan promosi perlu dipertimbangkan biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Dan biaya promosi tradisional menggunakan iklan, spanduk, baleho dan lainnya akan menekan biaya banyak. Oleh sebab itu pemasaran *online* ini akan sangat menekan biaya promosi. Promosi akan dilakukan secara modern.

- d) Jangkauan pasar yang lebih luas.

Menggunakan pemasaran yang dilakukan secara *online* juga membantu mengatasi berbagai macam hambatan khususnya jarak. Ketika promosi yang dilakukan dengan baleho, iklan, surat kabar hanya dapat menjangkau domestik saja. sedangkan menggunakan *online* akan memperluas jangkauan pasar sampai keseluruhan dunia.

- e) Menjangkau target pasar yang lebih efisien.

Menjangkau target pasar bisa dilakukan dengan berbagai cara misalnya mempromosikan produk kepada komunitas tertentu dengan forum-forum online atau berbagai macam sosial media.

- f) Menjangkau target pasar yang lebih efisien

Menjangkau target pasar bisa dilakukan dengan berbagai cara misalnya mempromosikan produk kepada komunitas tertentu



dengan forum-forum *online* atau berbagai macam sosial media. Target pasar juga bisa negan memasang iklan gratis maupun berbayar dengan memasukkan kata kunci, sehingga ketika konsumen memasukkan kata kunci akan muncul iklan kita dan kita juga bisa melakukan riset seberapa banyak yang mengakses iklan tersebut.<sup>22</sup>

## 5. Promosi Dalam Pespektif Etika Bisnis Islam

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas, ada beberapa hal yang dapat dikemukakan sebagai tujuan umum dari studi etika bisnis, sebagai berikut:

- a. Menanamkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis.
- b. Memperkenalkan argumentasi-aargumentasi moral dibidang ekonomi dan bisnis serta cara penyusunannya.
- c. Membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi

Etika Bisnis Islam merupakan aturan-aturan Islam dalam kegiatan berbisnis dengan tujuan untuk mendapat keuntungan, dengan batasan halal dan haram. Etika bisnis Islam merupakan prinsip moral untuk membedakan mana yang baik dan mana yang buruk untuk aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara

<sup>22</sup> Onny Fitriana Sitorus, *Op. Cit.* h 110.



perolehannya atas penjualan barang-barang dan pendayagunaan hartanya.

Menurut teori nilai-nilai keislaman ada empat hal yang dapat dijadikan pedoman dalam promosi, yaitu *Sincerity* (Tulus/Ikhlas), *Honesty* (Kejujuran), *Meaningful* (Promosi yang bermakna), dan *Accountability* (Tanggung Jawab/Amanah).

1. *Sincerity* (Tulus/Ikhlas)

Dalam kegiatan promosi harus didasarkan dengan niat yang baik dan tidak ada itikad buruk terhadap yang lain.

2. *Honesty* (Kejujuran)

Dalam melakukan kegiatan promosi, suatu informasi harus di sampaikan sesuai dengan spesifikasi produk itu sendiri dan tidak melebihi informasi dari produk tersebut.

3. *Meaningful* (Promosi yang bermakna).

Pesan yang disampaikan harus mempunyai nilai pendidikan kepada masyarakat. Termasuk di dalamnya tidak boleh membuat iklan mengeksploitasi tubuh wanita agar iklan tersebut menarik di mata konsumen terutama kaum pria, sehingga mereka tertarik untuk membelinya.

4. *Accountability* (Tanggung jawab/Amanah).



Bertanggung jawab terhadap apa yang dipromosikan dan menepati janji yang diberikan dalam sebuah promosi.<sup>23</sup>

## B. Kajian Penelitian yang Relevan

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan beberapa penelitian yang sudah dikaji dan memberikan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sudah dikaji. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, ada beberapa hasil penelitian skripsi yang mempunyai kesamaan penelitian, meskipun demikian penelitian atau skripsi dan buku-buku yang berbeda dengan penelitian ini memang ada objek kajiannya yang sama namun memiliki pembahasan yang berbeda.

Skripsi Yulianti Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk *Online Shop* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam pada tahun 2019. Persamaannya terdapat membahas tentang promosi sosial media dan juga *online shop* sedangkan perbedaannya terdapat pada ia hanya membahas *instagram*.

Selain itu, Istianah mengkaji tentang Analisis *Sharia Marketing Mix* Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Pada *Online shop Tiws.Id* pada tahun 2018. Persamaannya terdapat pada *marketing mix* dan juga *online shop* sedangkan perbedaannya ia membahas *marketing mix*

<sup>23</sup> Halimatussyakdiyah , Zakiyah , Agus Purnomo. Strategi Promosi Toko Pakaian Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Komparatif Pada Toko Taste Fashion dan JGP Store). <file:///C:/Users/Acer/Documents/teori%20marketing%20mix%20dalam%20islam.pdf> Diakses pada tanggal 10 Februari 2022 pukul 14.23 wib.



4P sedangkan saya hanya membahas bagian dari *marketing mix* yaitu promosi.

Jadi perbedaan antara dari kedua penelitian relevan di atas dengan penelitian yang akan di lakukan oleh peneliti adalah terletak pada bidang kajiannya, lokasi, waktu dan tempat penelitiannya.

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir ini di buat berdasarkan teori Halimatussyakdiyah, menurut teori nilai-nilai keislaman yang dapat dijadikan pedoman promosi yaitu *sincerity*(tulus/ikhlas),*honesty*(kejujuran),*meanigful*(promosi yang bermakna) dan *accountability*(tanggung jawab).

STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

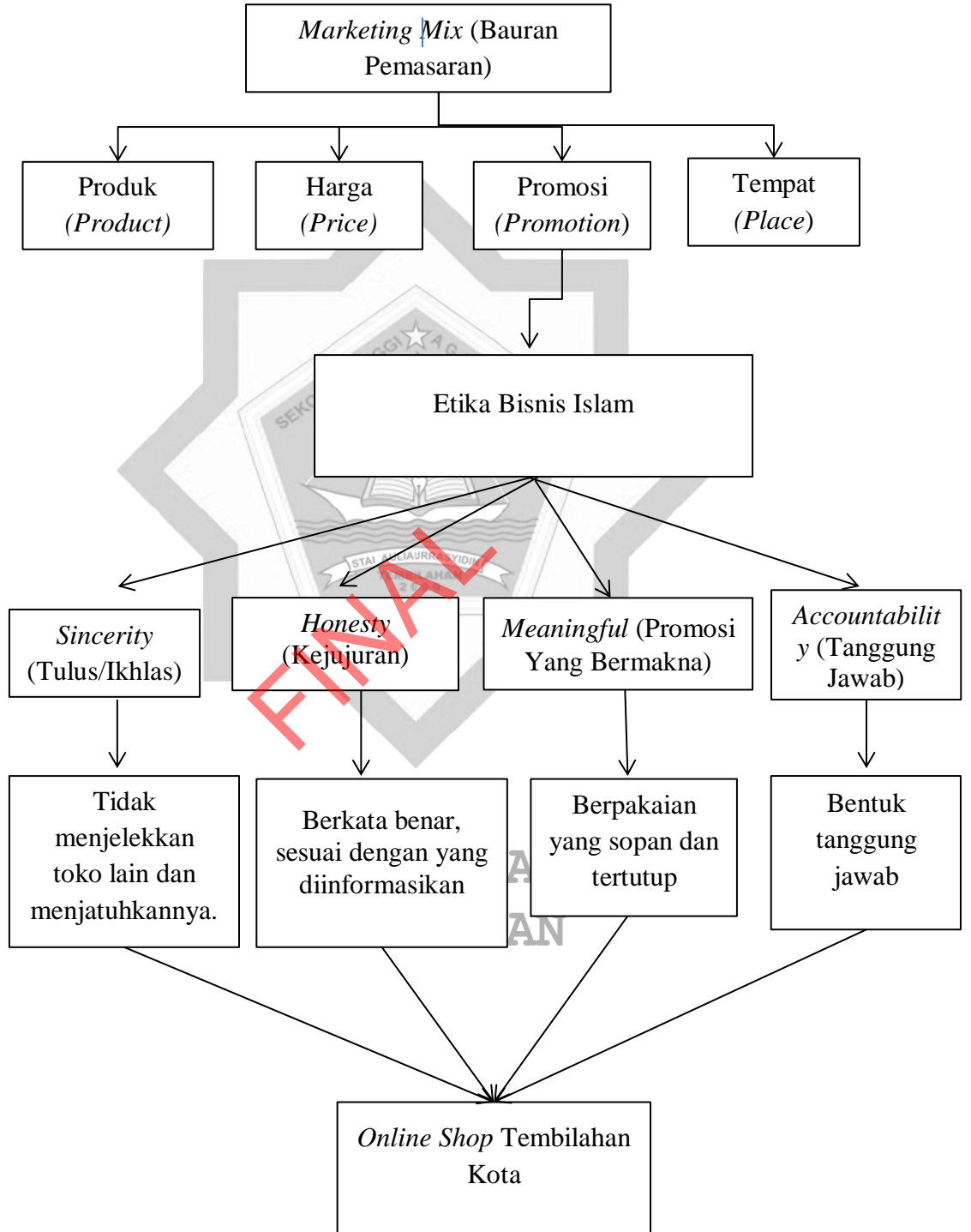
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



Gambar 2.1



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAL Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAL Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAL Auliaurasyidin Tembilahan



### BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Dimana penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ingin memahami fenomena berdasarkan pandangan partisipan atau pandangan internal (*Perspectives Emic*), dan bukan pandangan peneliti sendiri atau pandangan eksternal (*Perspective Etic*)<sup>24</sup>.

Dalam penelitian kualitatif data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (Trianggulasi), dan dilakukan secara terus-menerus sampai data jenuh, dengan pengamatan terus-menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali.<sup>25</sup>

“Metode kualitatif digunakan apabila peneliti ingin memahami kondisi objek yang diteliti secara lebih mendalam dan sulit diungkapkan secara kuantitatif, berdasarkan pandangan mereka/subyek yang diteliti.”<sup>26</sup>

Analisa data kualitatif adalah bersikap induktif yaitu suatu analisa berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut selanjutnya, dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Bila berdasarkan data yang dapat

<sup>24</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung, Alfabeta, 2016), h. 348.

<sup>25</sup>Sugiono, *Metode Penelitian & Pengembangan*, (Bandung: ALFABETA, 2015), h.367.

<sup>26</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 254.



dikumpulkan secara berulang-ulang dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis berkembang menjadi teori.

## B. Tempat dan Waktu Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Tembilahan Kota Kecamatan Tembilahan di alamat Jl. Batang Tuaka, Jl. Budiman, Jl. Tanjung Harapan, Jl. Abdul Manaf, Lr. Basrah, Jl. Mandala, Jl. Batang Tuaka Lr. Bersama, Jl. H. Sadri, Jl. Situtarjo, Jl. Trimas dan M. Boya Lr. Tangkuban Perahu.

### 2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian adalah 3(tiga) bulan yaitu 06 Agustus 2021-06 November 2021.

## C. Subjek dan Objek Penelitian

### 1. Subjek Peneliti

Subjek dalam penelitian ini adalah penjual dan pembeli *online shop* di Tembilahan Kota.

### 2. Objek Peneliti

Objek adalah sesuatu yang menjadi sasaran untuk diteliti. Objek dalam penelitian ini adalah Penggunaan *Marketing Mix* (Promosi) Pada *Onlineshop* Dalam Etika Bisnis Islam di Tembilahan Kota.



## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.”<sup>27</sup>

Populasi dalam penelitian ini diambil dari facebook market place pada hari senin tanggal 27 april 2021 adalah penjual *online shop* di Tembilihan Kota penjual 10 penjual *online shop* dan 10 pembeli .<sup>28</sup>

### 2. Sampel

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”<sup>29</sup> Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Pada peneitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Yang dinamakan dengan *proposive sampling* yaitu merupakan teknik pengambilan sampel menggunakan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel. Adapun kriteria penjual *online shop* yaitu merupakan pemilik *online shop* yang terletak di Kelurahan Tembilihan Kota dan kriteria pembeli yang berbelanja di *online shop*.<sup>30</sup> Oleh karena itu, adapun sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah penjua *onineshop* jumlah sampel 10 penjual *onlineshop* .

<sup>27</sup>Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2016), h. 61.

<sup>28</sup>*Facebook Market Place*, diakses pada tanggal 27 april 2021 pukul 09.01 wib.

<sup>29</sup> Sugiono, *Op.Cit.* h. 62

<sup>30</sup>Ridwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneiti Pemula*.

(Bandung: Alfabeta. 2019) h. 64



## E. Sumber Data Penelitian

### 1. Data primer

Data primer dalam penelitian ini bersumber dari hasil wawancara dengan beberapa informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni memilih dan menentukan informan dengan pertimbangan dan tujuan tertentu pada hal ini penjual *online shop*.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari studi teoritis pustaka (*library research*) yakni pencarian data atau informasi dari buku-buku dan literature atau bahan bacaan lainnya yang sangat erat hubungannya dengan penelitian ini.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data yang di perlukan dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

### 1. Metode wawancara

Metode wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban di berikan oleh yang di wawancarai.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan



Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat di kontruksikan makna dalam satu topic tertentu.<sup>31</sup>

Wawancara pada saat penelitian, di gunakan interview bebas terpimpin yaitu pewawancara membuat pedoman yang hanya menggunakan garis-garis besar yang akan di tanyakan. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara terbuka pada penjual *online shop* dan pembeli di Temblahan Kota.

## 2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi ini digunakan oleh penulis untuk memperoleh data. Teknik ini digunakan untuk membantu proses penelitian, sehingga penelitian dapat dilakukan dan dapat memecahkan masalah yang diteliti.

## 3. Validitas dan Reabilitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sebagai uji keabsahan data. Dimana secara sederhana triangulasi dapat dimaknai sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data penelitian dengan cara membanding-bandingkan anrata sumber, toeri maupun metode/teknik penelitian.

Adapun triangulasi yang digunakan peneliti berdasarkan teori Patton dimana ada empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan, yaitu sebagai berikut :

<sup>31</sup>*ibid*, h. 317.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Aulaurasyidin Temblahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Aulaurasyidin Temblahan

- a. Triangulasi data, menggunakan berbagai sumber data, seperti dokumen arsip, hasil wawancara, atau juga mewawancarai lebih dari satu subke yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.
- b. Triangulasi pengamat, adanya diluar penelitian yang turut memeriksahasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini, pembimbing sebagai pengamat (*expert judgement*) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data. Adapun pembimbing peneliti sebagai pengamat ialah bapak Ferdinan S.Pd., M.Pd.
- c. Triangulasi teori, penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan data yang dikumpulka sudah memenuhi syarat. Pada penelitian ini, berbagai teori telah dijelaskan pada bab II untuk dipergunakan dan menguji terkumpulnya data tersebut.
- d. Triangulasi metode, penggunaan berbagai metode, seperti metode wawancara dan dokumentasi.

#### G. Teknik Analisa Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif , dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam priode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang di wawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, dan diperoleh data yang kredibel. Miles Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif di lakukan secara interaktif dan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/ verification*.

#### 1. Data Reduction (Reduksi Data)

Selanjutnya setelah data collection maka akan segera dilakukan analisis data melalui reduksi data, mereduksi data berate merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti computer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

#### 2. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya.

#### 3. Conclusion/Verification

Langkah berikutnya dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerbitan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Deskripsi Lokasi Penelitian

#### 1. Deskripsi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Indragiri Hilir

Setelah penerapan otonomi yang dijelaskan dalam peraturan Bupati Indragiri Hilir Undang-Undang Nomor 6 tahun 1965 tentang pembentukan Kabupaten Daerah Tingkat II Indragiri Hilir dengan mengubah Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1956, tentang pembentukan daerah otonom kabupaten dalam Lingkungan Provinsi Sumatera Tengah, sesuai Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999, pembinaan dan pengembangan sector industry dan perdagangan di Inhil di integrasikan antara Intansi Kantor Wilayah Departemen Perindustrian, Kantor Wilayah Departemen Perdagangan dan Dinas Teknis Pemda Tk. I Provinsi Riau melalui Dinas Perindustrian dan perdagangan berdasarkan daerah kabupaten Indragiri Hilir Nomor 15 Taun 2000 tentang Dinas Daerah Kabupaten Indragiri hilir. Pada saat itu, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Indragiri Hilir dipimpin oleh seorang Kepala Dinas, berada di bawah dan tanggung jawab Bupati Indragiri Hilir melalui Sekretaris Daerah.

Dengan terbentuknya Dinas Industri dan Perdagangan Indragiri Hilir berdasarkan Peraturan Daerah No. 5 Tahun 2002 tentang perubahan atas peraturan daerah Nomor 15 Tahun 2000 tentang Dinas Daerah Kabupaten



Indragiri Hilir telah terjadi perubahan struktur organisasi pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Indragiri Hilir.

Selanjutnya, berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir Nomor 21 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Indragiri Hilir pokok dan fungsi Dinas Industri dan Perdagangan telah di integrasikan kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Indragiri Hilir.

#### 1. Kepala Dinas

Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintah daerah di bidang perindustrian dan perdagangan berdasarkan atas asas otonomi dan tugas pembantuan, sedangkan fungsi Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan adalah sebagai berikut :

- a. Perumusan kebijakan teknis dibidang Perindustrian dan Perdagangan lingkup industry sandang, pangan, dan kerajinan umum, industry logam, mesin, elektronika, perdagangan, pembinaan dan pengawasan metrology legal dan pasar.
- b. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan peayanan umum bidang perindustrian dan perdagangan
- c. Pembinaan dan pelaksanaan tugas bidang perindustrian dan perdagangan
- d. Pembinaan administrasi dan aparatur di lingkup Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

- e. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

## 2. Sekretaris

Sekretaris mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian tugas Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan lingkup kesekretarian, sedangkan fungsi sekretaris adalah :

- a. Penyusunan rencana program dan kegiatan kesekretarian.
  - b. Melaksanakan pelayanan administrasi kesekretarian meliputi administrasi umum dan kepegawaian, keuangan dan perencanaan dan pengendalian.
  - c. Melaksanakan pengoordinasian penyelenggaraan tugas-tugas bidang.
  - d. Pembinaan, mentoring, evaluasi, dan laporan kegiatan kesekretarian.
  - e. Pengoordinasian penyusunan rencana program dan kegiatan bidang-bidang.
  - f. Penyelenggaraan pengawasan dan evaluasi pelaksanaan program dan kegiatan bidang-bidang.
  - g. Penyusunan pengoordinasian pelaporan yang meliputi laporan kerja Dinas, laporan akuntabilitas, laporan pelaksanaan kegiatan Dinas.
  - h. Pelaksanaan tugas lain yang di berikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan lingkup tugasnya.
- ## 3. Kepala Bidang Perdagangan
- a. Kepala Seksi Perdagangan Dalam Negeri



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Kepala Seksi Perdagangan Dalam Negeri mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Kepala Bidang Perdagangan lingkup Perdagangan Dalam Negeri. Untuk melaksanakan tugas pokok 19 sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Kepala Seksi Perdagangan Dalam Negeri mempunyai fungsi :

- 1) Penyusunan rencana program dan kegiatan pada Seksi Perdagangan Dalam Negeri lingkup Pengembangan dan pengelolaan usaha, peningkatan mutu, kualitas dan aneka perdagangan, proses rekoendasi izin usaha, dan fasilitasi kemitraan usaha perdagangan dalam negeri, serta pemungutan sumber pendapatan daerah.
- 2) Penyelenggaraan program dan kegiatan lingkup pengembangan dan pengelolaan usaha, peningkatan mutu, kualitas dan aneka perdagangan, proses rekomendasi izin usaha (SIUP), tanda daftar gudang (TDU), keagenan / distributor dan tanda daftar perusahaan, dan fasilitasi kemitraan usaha perdagangan dalam negeri, serta pemungutan sumber pendapatan daerah.
- 3) Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis lingkup usaha perdagangan dalam negeri, serta pemungutan sumber pendapatan daerah.
- 4) Pembinaan dan pengawasan usaha perdagangan dalam negeri, serta pemungutan sumber pendapatan daerah.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

5) Pelaksanaan tugas lain yang di berikan oeh Pimpinan sesuai dnegan lingkup tugasnya.

b. Kepala Seksi Perdagangan Luar Negeri

Kepala Seksi Perdagangan Luar Negeri mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Kepala Bidang Perdagangan lingkup 20 Perdagangan Luar Negeri. Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Kepala Seksi Perdagangan Luar Negeri mempunyai fungsi :

1) Penyusunan rencana program dan kegiatan pada seksi perdagangan luar negeri lingkup pengembangan dan pengelolaan usaha, peningkatan mutu, kualitas aneka perdagangan, proses surat keterangan asal (SKA), rekomendasi izin usaha rencana ekspor tahunan kayu dan kayu gege rajian, rekomendasi izin eksportir barang ekspor, serta rekomendasi izin barang-barang yang diatur tata niaganya, pemberian angka pengenal impor, dan fasilitasi kemitraan usaha perdangan luar negeri, serta pemungutan sumber pendapatan daerah.

2) Penyelenggaraan program dan kegiatan lingkup pengembangan dan pengelolaan usaha, peningkatan mutu, kualitas dan aneka perdagangan, proses surat keterangan aal (SKA), rekomendasi izin usaha rencana ekspor tahunan kayu dan kayu gegra jian, rekomendasi izin eksportir banrang ekposr, serta rekomendasi izin barang-barang yang di atur tata niaganya, pemberian angka



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

pengenal impor, dan fasilitasi kemitraan usaha perdagangan luar negeri, serta pemungutan sumber pendapatan daerah.

- 3) Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis lingkup usaha perdagangan luar negeri, serta pemungutan sumber pendapatan daerah.
  - 4) Pembinaan dan pengawasan lingkup usaha perdagangan luar negeri, serta pemungutan sumber pendapatan daerah.
  - 5) Pelaksanaan tugas lain yang di berikan oleh Pimpinan sesuai dengan lingkup tugasnya.
4. Kepala Seksi Pengawasan Usaha Perdagangan dan Perlindungan Konsumen

Kepala Seksi Pengawasan Usaha Perdagangan dan Perlindungan Konsumen mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Kepala bidang Perdagangan lingkup Pengawasan Usaha Perdagangan dan Perlindungan Konsumen. Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Kepala Seksi Pengawasan Usaha Perdagangan dan Perlindungan Konsumen mempunyai fungsi :

- a. Penyusunan rencana program dan kegiatan pada Seksi Pengawasan Usaha Perdagangan Dalam Negeri dan Luar Negeri serta usaha perlindungan konsumen.
- b. Penyelenggaraan program dan kegiatan lingkup inventarisasi usaha perdagangan, pengoordinasian dan penerapan peraturan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



perundangundangan Usaha Perdagangan Dalam Negeri dan Luar Negeri serta Usaha perlindungan konsumen.

- c. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis lingkup Pengawasan Usaha Perdagangan dan Perlindungan Konsumen.
- d. Pembinaan dan pengawasan Usaha Perdagangan dan Perlindungan Konsumen.
- e. Pelaksanaan tugas lain yang di berikan oleh pimpinan sesuai dengan lingkup tugasnya.

5. Kepala Seksi Sarana dan Prasana Metrologi Legal

Kepala Seksi Sarana dan Prasana Metrologi Legal mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Kepala Bidang Pembinaan dan Pengawasan Metrologi Legal lingkup Sarana dan Prasana Metrologi Legal. Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), Kepala Seksi Sarana dan Prasana Metrologi Legal mempunyai fungsi :

- a. Penyusunan rencana program dan kegiatan pada Seksi Sarana dan Prasana Metrologi Legal.
- b. Penyelenggaraan program dan kegiatan pada Seksi Sarana dan Prasana Metrologi Legal.
- c. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis lingkup Sarana dan Prasana Metrologi Legal.
- d. Pelaksanaan tugas lain yang di berikan oleh Pimpinan sesuai dengan lingkup tugasnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



## 6. Kepala Bidang Pasar

### a. Kepala Seksi Prasana dan Penempatan

Kepala Seksi Prasana dan Penempatan mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Kepala bidang Pasar Lingkup Prasana dan Penempatan. Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Kepala Seksi Prasana dan Penempatan mempunyai fungsi:

1. Penyusunan rencana program dan kegiatan lingkup Prasana dan Penempatan
2. Penyelenggaraan program dan kegiatan lingkup Prasana dan Penempatan.
3. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis lingkup Prasana dan Penempatan.
4. Pembinaan dan pengawasan pengelolaan, pemanfaatan prasana dan penempatan
5. Pelaksanaan tugas lain yang di berikan oleh pimpinan sesuai dnegan tugasnya.

### b. Kepala Seksi Pembinaan dan Retribusi

Kepala Seksi Pembinaan dan Retribusi mempunyai tugas melaksanakan sebagian Kepala Bidang Pasar Lingkup Pembinaan dan Retribusi. Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Kepala Seksi Pembinaan dan Retribusi mempunyai fungsi:



1. Penyusunan rencana program dan kegiatan lingkup Inventarisasi wajib retribusi serta pemungutan retribusi prasana pasar dan retribusi kebersihan.
2. Penyelenggaraan program dan kegiatan lingkup Inventarisasi wajib retribusi serta pemungutan retribusi prasana pasar dan retribusi kebersihan.
3. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis lingkup Inventarisasi wajib retribusi serta pemungutan retribusi serta pemungutan retribusi prasana pasar dan retribusi kebersihan.
4. Pembinaan pengawasan pemungutan retribusi prasana pasar dan retribusi kebersihan.
5. Pelaksanaan tugas lain yang di berikan oleh pimpinan sesuai dengan tugasnya.

## 2. Tugas dan fungsi Dinas Perdagangan dan Perindustrian

### Kabupaten Indragiri Hilir

- a. Tugas dan fungsi dinas perdagangan dan perindustrian kabupaten indragiri hilir

#### 1). Tugas

Dinas perdagangan dan perindustrian kabupaten indragiri hilir bertugas membantu bupati dalam melaksanakan urusan pemerintah yang menjadi kewenangan daerah dibidang perdagangan, perindustrian dan pengelolaan pasar.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2). Fungsi

a) Pelaksanaan pelayanan publik dibidang perdagangan, industri dan pengelolaan pasar.

b) Mendorong pelaksanaan tugas di sektor yang mencakup perdagangan, industri dan manajemen pasar.

c) Pelaksanaan urusan tata usaha dinas.

d) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikn oleh bupati baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan kewenangan bidang tugas dan fungsi dalam rangka kemudahan pelaksanaan tugas.

b. Dinas perdagangan dan perindustrian merupakan instansi yang berdiri dari berbagai bidang hingga bagian-bagian yang dimana memiliki tugas dan fungsinya masing-masing tetapi tetap satu tujuan.

### 3. Sejarah *Onlineshop* Di Tembilahan Kota

Toko *online* di Indonesi baru mulai populer di tahun 2006. Jumlah toko *online* di Indonesia meningkat puluhan hingga ratusan persen dari tahun sebelumnya. Faktor pendukungnya adalah makin banyaknya pengguna internet di Indonesia. faktor kedua yang menyebabkan hal tersebut, karena semakin mudah dan murahnya koneksi internet di Indonesia, ketiga semakin banyak pendidikan dan pelatihan pembuatan toko online dengan harga sangat terjangkau.

Perkembangan *online shopping* atau belanja *online* seperti halnya laku.com, blibli.com, toko bagus.com, kini semakin ramai dengan berbagai jenis produk mulai dari fashion, makanan, keperluan rumah tangga, sampai



gadget dan lain-lain. saat ini diperkirakan jumlah toko *online* di Indonesia telah berjumlah ratusan. Semakin banyak *e-commerce* (layanan untuk sarana jual/beli *online*) yang berkembang di Indonesia membuat banyak perubahan pola belanja masyarakat yang awal bersifat konvensional kini berbelanja cukup dengan memilih produk yang ada di *web/blog*. *Website* depkominfo telah mempunyai halaman sistem informasi pemetaan *e-commerce* Indonesia, namun sistem tersebut belum berjalan sebagaimana mestinya. Beberapa toko *online* memiliki data web yang selalu terupdate dan memiliki informasi kontak yang jelas. Toko *online* lainnya ada yang datanya tidak update informasi terakhir adalah data antara 1 bulan hingga 12 bulan sebelumnya). Ada pula yang tidak memiliki informasi kontak secara jelas dan fitur *e-commerce* yang tidak lengkap.

Saat ini diperkirakan jumlah toko *online* di Indonesia telah berjumlah ratusan. Pertumbuhan pengguna internet yang amat pesat nampak diseluruh benua, benua Asia tertinggi dari benua-benua lainnya. Data jurnal bisnis internasional para pebisnis kecil yang menggunakan internet *marketing* bertumbuh 46% lebih cepat dibanding mereka yang belum menggunakan internet marketing. Media digital seperti internet telah merajai seluruh area bisnis dan komunikasi, mengalahkan media print (cetak).

Toko *online* sangat identik dengan UMKM, baik dari segi permodalan hingga manajemennya bdnanya hanya medianya saha. UMKM menganut media offline, sedangkan toko *online* menggunakan cara *online*.

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

### © Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Temblahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Temblahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Temblahan



Namun satu hal yang cukup penting adalah belum adanya lembaga yang mewadahi dan mampu melindungi toko *online* Indonesia. Untuk komunitas toko/bisnis online sendiri ada beberapa yang sudah terbentuk diharapkan dapat menumbuhkan bisnis online di Indonesia.

Perkembangan jual beli *online* di Tembilaan mulai berkembang sekitar sejak tahun 2010 dengan menggunakan handphone penjualan melalui majalah yang memasang gambar-gambar produk seperti baju, sepatu, tas. Sejak saat itu banyak jual beli online dilakukan mulai handphone BB mulai berjamuran jual beli secara online sudah berkembang sangat pesat. Selanjutnya beberapa tahun belakangan jual beli online dikawasan interval khusus Tembilaan Kota mulai bermunculan melalui aplikasi *facebook* seperti Forum Jual Beli Tembilaan, Forum Jual beli Inhil dan sebagainya.

Transaksi jual beli *onlineshop* di Tembilaan biasa bayar ditempat, jadi si pembeli bertemu langsung dengan si penjual. Transaksi jual beli *onlineshop* di Tembilaan juga biasa menggunakan transaksi transfer. Kegiatan jual beli *onlineshop* di Tembilaan Kota biasanya menggunakan dropship. Sistem *dropship* adalah dimana kita meminta *seller/supplier* kita untuk mengirimkan barang/orderan ke customer kita dengan mencantumkan nama, alamat, No. HP kita/toko kita sebagai pihak pengirim.

Selanjutnya dalam rangka meningkatkan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat maka diperlukan diadakan langkah-langkah

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

### © Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan



peningkatan profesionalisme pegawai serta peningkatan sumber daya manusianya dalam rangka menghadapi otonomi daerah untuk memberikan pelayanan prima kepada masyarakat dengan berlandaskan kepada perkembangan serta aspirasi dan kehendak masyarakat sehingga terwujud organisasi dan aparatur pemerintah yang bersih dan sebagai ujung tombak.

Pemerintah Kabupaten Indragiri Hilir, Kelurahan Tembilahan Kota Kecamatan Tembilahan akan terus berupaya memberikan pelayanan yang maksimal berdasarkan kemampuan yang ada, sehingga berbagai program dan kebijakan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah, baik Pusat maupun Daerah dapat berjalan sebagaimana mestinya sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi maupun tuntutan yang berkembang ditengah masyarakat. Dalam Penyusunan Profil Kelurahan ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan terutama dalam melengkapi data-data yang ada di Wilayah Kelurahan Tembilahan Kota. Harapan kami dengan disusunnya Profil Kelurahan Tembilahan Kota Kecamatan Tembilahan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, baik pengambil kebijakan, instansi lain di lingkungan Pemerintah Kabupaten Indragiri Hilir.

## B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap penjual dan pembeli di online shop Tembilhan, maka dapat penulis simpulkan dengan beberapa tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



## 1. Reduksi Data

Hal pertama yang dilakukan untuk melihat sebuah data secara keseluruhan yaitu dengan mereduksi sebuah data, maka dihasilkanlah data sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Reduksi Data**

No	Nama Informan	Jawaban Informan
1.	J (Penjual)	<p>a. Bagaimanakah cara ibu melakukan promosi pada <i>onlineshop</i>? “Cara mempromosikannya menggunakan sosial media, tetapi yang gunakan hanya <i>facebook</i> dan <i>whatsapp</i>”.</p> <p>b. Apakah ketika ibu mempromosi <i>onlineshop</i>, adakah ibu membandingkan dengan <i>online shop</i> lain? “Ketika mempromosikan <i>onlineshop</i>, tidak ada membandingkan <i>onlineshop</i> saya dengan yang lain, karena rezeki sudah ada yang ngatur”.</p> <p>c. Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan <i>onlineshop</i> ibu? “Cara menanggapi, diam aja, tapi kalau sudah keterlalu ya gak bisa diam juga”</p> <p>d. Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada <i>online shop</i> ? “Menurut saya nilai kejujuran, sangat penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan”.</p> <p>e. Apakah ketika ibu mempromosi produk <i>onlineshop</i> menggunakan pakaian yang tertutup/muslimah? “Ketika mempromosikan produk selalu mengenakan hijab, Dan pakaian yang tertutup”.</p> <p>f. Apakah ketika ibu membuat <i>caption</i> ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/didahului dengan memberi salam?</p>



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

		<p>“Biasa saya hanya mendahului dengan mengucapkan salam”.</p> <p>g. Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan? “Tergantung, tidak sesuai nya tu dimana gitu, kalau memang harus diganti ya saya bakalan ganti”.</p> <p>h. Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk online shop? “Bentuk tanggung jawab saya, tergantung runding sama pembelinya gimana, barang sesuai harga kalau mahal bahannya bakalan bagus dan begitu juga sebaliknya”.</p>
2.	S (Penjual)	<p>a) Bagaimanakah cara ibu melakukan promosi pada <i>onlineshop</i>? “Cara saya melakukan promosi pada <i>onlineshop</i>, mempromosikan lewat <i>facebook</i>, <i>instagram</i> dan juga <i>diwhatsapp</i>”.</p> <p>b) Apakah ketika ibu promosi ada tidak membanding-bandingkan <i>online shop</i> lain? “Ketika saya promosikan <i>onlineshop</i> saya, Alhamdulillah selama ini tidak ada, rezeki kan masing-masing bersaing sewajarnya aja tanpa menjelekkkan satu sama lain”</p> <p>c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan <i>online shop</i> ibu? “Cara saya menanggapi nya, didiemin aja, kalau yang sering belanja sama kita bakalan tahu kok kualitas barang yang kita jual itu gimana”.</p> <p>d) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada <i>online shop</i> ? “Menurut saya nilai kejujuran itu penting, kalau kita gak jujur dalam promosi yang jelas dosa dan pembele-pembeli bakalan tidak percaya lagi”.</p>



		<p>e) Apakah ketika ibu mempromosi produk <i>online shop</i> menggunakan pakaian yang sopan? “iya pakaian yang sopan, produk yang saya promosikan biasa kosmetik, pakaian muslimah”.</p> <p>f) Apakah ketika ibu membuat <i>caption</i> ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/ didahului dengan memberi salam? “Saya membuat <i>caption</i> lebih keseringann hanya dengan memberi salam”.</p> <p>g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan? “Saya bertanggung jawab jika yang saya promosikan tidak sesuai, sesuai kesepakatan maunya gimana”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk <i>online shop</i>? “Bentuk saya tanggung jawabnya mungkin ngurangin harganya”.</p>
3.	N(Penjual)	<p>a) Bagaimanakah cara ibu melakukan promosi pada <i>onlineshop</i>? “Cara saya mempromosikan dengan memanfaatkan sosial media yang digunakan banyak orang saat ini baik muda maupun tua”.</p> <p>b) Apakah ketika ibu promosi ada tidak membanding-bandingkan dengan <i>online shop</i> lain? “Selama ini tidak ada kak, itu kan tidak baik kita menjelekkkan satu sama lain”.</p> <p>c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan <i>online shop</i> ibu? “Cara saya menaggapinya, dibiarin aja”.</p> <p>d) Menurut anda, seberapa penting niai kejujuran dalam promosi pada <i>online shop</i> ? “Menurut saya penting, agar <i>onlline shop</i> kita selalu dipercaya untuk berbelanja</p>

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Miilik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



		<p>online”.</p> <p>e) Apakah ketika ibu mempromosi produk <i>onlineshop</i> menggunakan pakaian yang sopan? “Saya memprosiikan menggunakan pakaian sopan”.</p> <p>f) Apakah ketika ibu membuat <i>caption</i> ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami didahului dengan memberi salam? “Biasanya saya mengucapkan salam diawal sebelum membuat detail mengenai produk yang dipromosikan”.</p> <p>g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan? “Saya bertanggung jawab, jika benar-benar tidak sesuai”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk online shop? “Bentuk tanggung jawab saya dengan memberi diskon dan juga meminta maaf.</p>
4.	SP (Penjual)	<p>a) Bagaimana cara ibu melakukan promosi pada <i>onlineshop</i>? “Cara saya mempromosikan produk saya <i>dionlineshop</i> dengan menggunakan sosial media. Yang saya gunakan hanya 2 aplikasi <i>facebook</i> dan <i>whatsapp</i>”</p> <p>b) Apakah ketika ibu promosi ada tidak menjelekkkan <i>onlineshop</i> lain? “Ketika saya mempromosikan, tidak ada saya menjelek-jelekkkan <i>onlineshop</i> dengan yang lain”.</p> <p>c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan <i>onlineshop</i> ibu? “Cara saya menanggapi, dibiarin aja”.</p> <p>d) Menurut anda, seberapa penting niai kejujuran dalam promosi pada <i>onlineshop</i> ? “Menurut saya sangat penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan,, karena menjaga kepercayaan itu susah”.</p> <p>e) Apakah ketika ibu mempromosi produk <i>onlineshop</i> menggunakan pakaian yang</p>

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

**© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

		<p>tertutup/muslimah?          “Iya saya mempromosikan bbarang-barang saya dengan pakainan tertutup”.</p> <p>f) Apakah ketika ibu membuat <i>caption</i> ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/ didahului dengan memberi salam?          “Kalau membuat <i>caption</i> dengan kata-kata edukasi islami tidak, hanya didahului dengan salam”.</p> <p>g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?          “Saya akan bertanggung jawab, jika apa yang saya promosikan tidak sesuai”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk online shop?          “Bentuk tanggung jawab saya, tergantung tidak sesuai dimana menurut pembeli”</p>
<p>5.</p>	<p>EN (Penjual)</p>	<p>a) Bagaimana cara ibu melakukan promosi pada <i>onlineshop</i>?          “Cara saya mempromosikan <i>onlineshop</i>, menggunakan sosial media dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat didalamnya misalnya <i>facebook</i> yang saat ini saya gunakan dengan menggunakan fitur <i>marketplace</i>”</p> <p>b) Apakah ketika ibu promosi ada tidak membanding-bandingkan dengan <i>online shop</i> lain?          “Tidak ada”.</p> <p>c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan online shop ibu?          “Cara saya menanggapinya, diam aja”.</p> <p>d) Menurut anda, seberapa penting nai kejujuran dalam promosi pada <i>online shop</i> ?          “Menurut saya penting sekali, untuk tetap menjaga kepercayaan pelanggan terhadap <i>onlineshop</i> kita”.</p> <p>e) Apakah ketika ibu mempromosi produk <i>online shop</i> menggunakan pakaian yang sopan?          “Iya”.</p>

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang** **Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilaan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilaan

		<p>f) Apakah ketika ibu membuat <i>caption</i> ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/ didahului dengan memberi salam? “Saya membuat <i>caption</i>, biasanya hanya dengan mengucapkan salam, setelah itu ya baru detail mengenai produk tersebut”.</p> <p>g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan? “Iya saya akan bertanggung jawab apabila yang saya sampakkann tidak sesuai”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk online shop? “Bentuk tanggung jawab saya, sesuai kesepakatan pembeli mauunya gimana”.</p>
6.	SM (Penjual)	<p>a) Bagaimana cara ibu melakukan promosi pada <i>onlineshop</i>? “Cara saya mempromosikan melalui sosial media, sosial media yangg saya gunakan <i>facebook,instagram</i> dan <i>whatsapp</i>”.</p> <p>b) Apakah ketika ibu promosi ada membanding-bandingkan dengan <i>online shop</i> lain? “Tidak ada”.</p> <p>c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan online shop ibu? “Cara saya menanggapi, diamin ajaatau minta penjelasan orang tersebut mengapa menjelekkkan olshop saya gitu”.</p> <p>d) Menurut anda, seberapa penting nai kejujuran dalam promosi pada <i>online shop</i> ? “Menurut saya penting, kejujuran akan membuat pelanggan kita setia berbelanja diolshop kita”.</p> <p>e) Apakah ketika ibu mempromosi produk <i>onlineshop</i> menggunakan pakaian yang sopan? “Iya, saya menggunaka hijab dan juga pakaian yang tertutup”.</p> <p>f) Apakah ketika ibu membuat <i>caption</i></p>



		<p>ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/didahului dengan memberi salam? “Terkadang saya menggunakan kata-kata edukasi gitu, ya aga lebih semangat lagi jualannya”.</p> <p>g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan? “Iya saya bertanggung jawab”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk <i>onlineshop</i>? “Bentuk tanggung jawab saya, sesuaikan kesepakatan”.</p>
7.	L (Penjual)	<p>a) Bagaimana cara ibu melakukan promosi pada <i>onlineshop</i>? “Cara saya mempromosikan <i>onlineshop</i> saya melalui sosial media aplikasi yang trend saat ini seperti aplikasi <i>facebook</i>, <i>instagram</i>, <i>whatsapp</i> yang banyak penggunaanya baik dikalangan tua maupun muda dan juga mudah menggunakannya”.</p> <p>b) Apakah ketika ibu promosi, ada membanding-bandingkan dengan <i>online shop</i> lain? “Ketika saya mempromosikan <i>onlineshop</i> saya tidak ada membandingkan atau menjatuhkan <i>onlineshop</i> yang lain”.</p> <p>c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekan online shop ibu? “Cara saya menanggapi jika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i> saya, diabaikan saja”.</p> <p>d) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada <i>online shop</i>? “Menurut saya nilai kejujuran itu sangat penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan tidak saling merugikan”.</p> <p>e) Apakah ketika ibu mempromosi produk <i>onlineshop</i> menggunakan pakaian yang sopan? “Ketika saya mempromosikan</p>

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

**© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilaan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilaan

		<p><i>onlineshop</i> saya, saya menggunakan pakaian yang sopan dan juga menggunakan hijab”.</p> <p>f) Apakah ketika ibu membuat <i>caption</i> ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami didahului dengan memberi salam?          “Ketika mempromosikan saya hanya memberi salam, untuk kata-kata edukasi sih tidak”.</p> <p>g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?          “Saya bertanggung jawab, agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk <i>onlineshop</i>?          “Bentuk tanggung jawab saya, mungkin memberikan <i>discount</i>”.</p>
<p>8.</p>	<p>IR (Penjual)</p>	<p>a) Bagaimana cara ibu melakukan promosi pada <i>onlineshop</i>?          “Cara saya mempromosikan dengan aplikasi <i>intstagram</i> dengan menggunakan fitur <i>instagram</i> bisnis atau <i>direels</i> juga, <i>facebook</i> dengan memanfaatkan fitur <i>marketplace</i> atau <i>share-share</i> digrup dan <i>whatsapp</i> dengan fitur <i>whatsapp marketing</i>”.</p> <p>b) Apakah ketika ibu promosi ada tidak membandingkan dengan <i>online shop</i> lain?          “Ketika saya mempromosikan <i>onlineshop</i>, selama saya berjualan <i>online shop</i> tidak ada membanding-bandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain, bersaing secara sehat aja”.</p> <p>c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan <i>onlineshop</i> ibu?          “Cara saya menanggapi cukup diabaikan saja, tidak ditanggapi”.</p> <p>d) Menurut anda, seberapa penting niai kejujuran dalam promosi pada <i>online shop</i> ?          “Menurut saya sangat penting, membuat pelanggan-pelanggan kita setia dan</p>



		<p>menaga nama baik <i>onlineshop</i> kita”.</p> <p>e) Apakah ketika ibu mempromosi produk <i>onlineshop</i> menggunakan pakaian yang tertutup/muslimah? “Saya menggunakan pakaian yang tertutup dan juga sopan”.</p> <p>f) Apakah ketika ibu membuat <i>caption</i> ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/ didahului dengan memberi salam? “Biasanya saya hanya selalu mengucapkan salam terlebih dahulu.</p> <p>g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan? “Saya akan bertanggung jawab jika apa yang saya sampaikan tidak sesuai saya akan bertanggung jawab”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk online shop? “Bentuk tanggung jawab tergantung runding sama pembelinya gimana, barang sesuai harga kalau mahal bahannya bakalan bagus dan begitu juga sebaliknya”.</p>
9.	R (Penjual)	<p>a) Bagaimana cara ibu melakukan promosi pada <i>onlineshop</i>? “Cara saya mempromosikan melalui sosial media, sosial media yang saya gunakan <i>facebook, instagram</i> dan <i>whatsapp</i>”.</p> <p>b) Apakah ketika ibu promosi ada, membanding-bandingkan dengan <i>online shop</i> lain? “Ketika saya mempromosikan <i>onlineshop</i> saya tidak ada membandingkan dengan toko lain apalagi menjatuhkannya karena rezeki sudah ada yang ngatur”.</p> <p>c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan <i>onlineshop</i> ibu? “Cara saya menanggapi yang menjelekkkan <i>onlineshop</i> saya, tidak ditanggapi biarin saja”.</p> <p>d) Bagaimanakah cara ibu mempromosikan</p>

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

**© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

		<p><i>onlineshop</i> ibu?          “Cara saya mempromosikan melalui sosial media, karena sosial media merupakan ternd saai ini, yang saya gunakan <i>instagram</i>, <i>facebook</i> dan <i>whatsapp</i> saja”.</p> <p>e) Menurut anda, seberapa penting niai kejujuran dalam promosi pada <i>online shop</i> ?          “Menurut saya nilai kejujuran itu penitng, dan juga menjaga nama baik <i>onlineshop</i> kita”.</p> <p>f) Apakah ketika ibu mempromosi produk <i>onlineshop</i> menggunakan pakaian yang sopan?          “Saya menggunakan dengan pakaian yang sopan”.</p> <p>g) Apakah ketika ibu membuat caption ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/ didahului dengan memberi salam?          “Iya terkadang membuat <i>caption</i> dengan kata-kata motivasi gitu habis itu ya baru saya membuat detail mengenai produk”.</p> <p>h) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?          “Saya akan bertanggung jawab dengan produk <i>onlineshop</i> saya apabila tidak sesuai dengan apa yang saya promoaikan”.</p> <p>i) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk <i>onlineshop</i>?          “Bentuk tanggung jawab saya, berunding dulu sama pembeli maunya gimana, sesuaikan kesepakatan”.</p>
10.	EA (Penjual)	<p>a) Bagaimanakah cara ibu melakukan promosi pada <i>onlineshop</i>?          “Cara saya mempromosikan <i>onlineshop</i>, melalui sosial media yang banyak pengguna nya saat ini, sosial media yang saya gunakan <i>facebook</i>, <i>instagram</i> dan <i>whatsapp</i>”.          “Iya saya tahu”.</p> <p>b) Apakah ketika ibu promosi, ada membanding-bandigkan dengan <i>online</i></p>



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

**© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

		<p><i>shop</i> lain?          “Tidak ada, namanya juga berjualan rezeki masing-masing tanpa menjatuhkan siapa-siapa.</p> <p>c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan online shop ibu?          “Cara saya menanggapinya diabaikan saja”.</p> <p>d) Bagaimanakah cara ibu mempromosikan <i>onlineshop</i> ibu?          “Cara saya mempromosikan <i>onlineshop</i> saya, menggunakan sosial media, hemat waktu dan juga biaya-biaya”.</p> <p>e) Menurut anda, seberapa penting niai kejujuran dalam promosi pada <i>online shop</i> ?          “Menurut saya kejujuran itu penting dimana pelanggan-pelanggan yang berbelanja dionlineshop kita tidak merasa ditipu”.</p> <p>f) Apakah ketika ibu mempromosi produk <i>onlineshop</i> menggunakan pakaian yang sopan?          “Ketika saya mempromosikan produk saya selalu mengenakan hijab dan pakaian yang tertutup”.</p> <p>g) Apakah ketika ibu membuat <i>caption</i> ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/ didahului dengan memberi salam?          “Untuk kata-kata edukasi saya tidak menggunakannya, saya hnaya dengan didahuli dengan memberi salam saja”.</p> <p>h) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?          “Saya bertanggung jawab, tidak sesuai nya tu dimana gitu, kalau memang harus diganti ya saya bakalan ganti”.</p> <p>i) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk <i>onlineshop</i>?          “Bentuk tanggung jawab saya sesuai dengan kesepakatan berdua”.</p>
11.	Sa (Pembeli)	a) Bagaimana cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang** **Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

		<p>dipromosikan <i>onlineshop</i>? “Saya mendapatkan informasi <i>onlineshop</i> biasanya melalui <i>facebook</i>”.</p> <p>b) Apakah ketika penjual mempromosi <i>onlineshop</i>nya, ada membandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain? “Tidak ada”</p> <p>c) Bagaimana cara anda memesan barang di <i>onlineshop</i>? “Cara saya memesan barang melalui sosial media chat atau komen dikolom komentar”.</p> <p>d) Menurut anda bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i> nya? “Menurut saya untuk penjual keetika <i>onlineshop</i> ada yang menjelekan atau ada yang ingin menjatuhkan jangan ditanggapi”.</p> <p>e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan <i>onlineshop</i>nya? “Menurut saya penting, agar kami percaya untuk memesan terus di <i>onlineshop</i>nya, walaupun kadang ada barang tidak sesuai”.</p> <p>f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan? “Para penjual ketika mempromosikan <i>onlineshop</i>nya yang saya sering memesan barang, menggunakan pakaian yang sopan”.</p> <p>g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai? “Penjual bertanggung jawab”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual <i>onlineshop</i>? “Bentuk tanggung jawab penjual dengan mengurangi harganya”.</p>
12.	N (Pembeli)	<p>a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan <i>onlineshop</i>? “Saya mendapatkan informasi mengenai produk melalui sosial media bisa lewat <i>facebook</i>, <i>instagam</i> atau juga</p>



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

**© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

		<p>diwhatsapp”.</p> <p>b) Apakah ketika penjual mempromosi <i>onlineshop</i>nya, ada membanding-bandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain? “Tidak ada”</p> <p>c) Bagaimana cara anda memesan barang di <i>onlineshop</i>? “Cara saya memesan barang biasanya saya chat, misalnya di facebook saya chat lewat <i>inbox</i>, kalau di <i>instagram</i> di <i>direct message</i> atau juga dikolom komentar dan juga di <i>whatsapp</i>”.</p> <p>d) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan <i>onlineshop</i>nya? “Menurut saya itu sangat penting, karena apabila tidak jujur kami tidak memesan lagi, karena yang disampaikannya tidak sesuai”.</p> <p>e) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekkan <i>onlineshop</i>nya? “Ketika ada yang menjelekkan usaha atau <i>onlineshop</i> kita untuk para penjual lebih baik dibiarkan saja”.</p> <p>f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan? “Iya menggunakan pakaian yang sopan dan juga berhijab”.</p> <p>g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai? “Bertanggung jawab”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual <i>onlineshop</i>? “Bentuk tanggung jawabnya sesuai dengan kesepakatan”.</p>
13.	Nu (Pembeli)	<p>a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan <i>onlineshop</i>? “Saya mendapatkan informasi <i>onlineshop</i> biasanya melalui <i>whatsapp</i> karena sudah langganan”.</p> <p>b) Apakah ketika penjual mempromosi <i>onlineshop</i>nya, ada membanding-bandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain?</p>



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

**© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

		<p>“Tidak ada kak”</p> <p>c) Bagaimana cara anda memesan barang di <i>onlineshop</i>?          “Tergantung, kalau saya lihat postingannya di <i>instagram</i> saya bakal DM, kalau di <i>facebook</i> di <i>inbox</i> dan kadang juga lewat <i>whatsapp</i> kalau sudah langganan”.</p> <p>d) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan <i>onlineshop</i>nya?          “Menurut saya itu penting agar kami tidak merasa dirugikan”.</p> <p>e) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i>nya?          “Ketika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i> mbaknya jangan ditanggapi diabaikan saja, mbaknya fokus aja sama <i>onlineshop</i>nya”.</p> <p>f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?          “Iya menggunakan pakaian yang sopan”.</p> <p>g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?          “Bertanggung jawab”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual <i>onlineshop</i>?          “Bentuk tanggung jawabnya mengurangi diskon atau juga menggantinya, sesuai <i>runding</i>”.</p>
14.	K (Pembeli)	<p>a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan <i>onlineshop</i>?          “Saya mendapatkan informasi melalui FB, Ig dan WA”.</p> <p>b) Apakah ketika penjual mempromosi <i>onlineshop</i>nya, ada membandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain?          “Tidak ada saling memojokkan satu sama lainnya”.</p> <p>c) Bagaimana cara anda memesan barang di <i>onlineshop</i>?          “Cara saya memesannya biasa lewat <i>facebook</i>, <i>instagram</i> dan juga</p>

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang** **Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

		<p><i>whatsapp</i>”.</p> <p>d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i> nya? “Untuk para <i>owner</i> ketika <i>onlineshopnya</i> ada yang ingin menjatuhkan ya diabaikan saja fokus aja sama <i>onlineshop</i>”.</p> <p>e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan <i>onlineshopnya</i>? “Menurut saya penting, karena jika apa yang dipromosikan tidak sesuai dengan kami bakalan jera untuk memesannya kembali tapi ketika barang diterima tidak sesuai yang diinformasi penjual”.</p> <p>f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan? “Iya menggunakan pakaian yang sopan”.</p> <p>g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai? “Bertanggung jawab”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual <i>onlineshop</i>? “Bentuk tanggung jawab nya ya disesuaikan dengan kesepakatan berdua maunya gimana gitu”.</p>
15.	BW (Pembeli)	<p>a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan <i>onlineshop</i>? “Cara saya mendapatkan informasi keseringan melalui <i>facebook</i>”.</p> <p>b) Apakah ketika penjual promosi <i>onlineshopnya</i>, ada membandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain? “Tidak ada”</p> <p>c) Bagaimana cara anda memasang barang di <i>onlineshop</i>? “Cara saya memesannya biasanya di <i>facebook</i> lewat <i>inbox</i>/kolom komentar dan bisa juga lewat <i>whatsapp</i>”.</p> <p>d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i> nya? “Ketika ada yang menjelekkak n <i>onlineshop</i> untuk penjual didiamin aja</p>



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

**© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

		<p>nanti kalau capek dia bakalan berenti dengan sendiri tetap fokus saja dengan usahanya”.</p> <p>e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan <i>onlineshopnya</i>?          “Menurut saya penting agar kami selalu setia langganan memesan <i>dionlineshopnya</i>”.</p> <p>f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?          “Iya menggunakan pakaian yang sopan”.</p> <p>g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?          “Bertanggung jawab jika yang disamapaikan tidak sesuai dengan nyatanya”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual <i>onlineshop</i>?          “Bentuk tanggung jawabnya mengurangi diskon atau juga menggantinya”.</p>
<p>16.</p>	<p>T (Pembeli)</p>	<p>a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan <i>onlineshop</i>?          “Biasanya saya mendapatkan informasi melalui sosial media, bisa lewat <i>instagram, facebook</i> dan <i>whatsapp</i>”.</p> <p>b) Apakah ketika penjual promosi <i>onlineshopnya</i>, ada membandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain?          “Ketik mereka mempromosikan, setahu saya tidak ada kak, ketika mereka mempromosikan produk nya tidak ada saling menyudutkan”.</p> <p>c) Bagaimana cara anda memasang barang <i>dionlineshop</i>?          “Saya memesannya biasanya lewat <i>whatsapp</i> karena sudah langganan”.</p> <p>d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan <i>onlineshopnya</i>?          “Ketika ada yang menjelekan <i>onlineshopnya</i> untuk penjual didiamin aja, ambi hikmahnya saja”.</p> <p>e) Menurut kamu, seberapa penting nilai</p>

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilaan

		<p>kejujuran ketika penjual mempromosikan <i>onlineshop</i>nya? “Menurut saya penting agar kami selalu setia langganan memesan <i>dionlineshop</i>nya”.</p> <p>f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan? “Iya mereka mengenakan pakaian yang sopan”.</p> <p>g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai? “Bertanggung jawab jika yang disampaikan tidak sesuai dengan nyatanya”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual <i>onlineshop</i>? “Bentuk tanggung jawabnya mengurangi diskon atau juga menggantinya”.</p>
17.	SZ (Pembeli)	<p>a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan <i>onlineshop</i>? “Saya mendapatkan informasi <i>onlineshop</i> biasanya melalui <i>whatsapp</i>”.</p> <p>b) Apakah ketika penjual promosi <i>onlineshop</i>nya, ada membandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain? “Tidak ada kak”.</p> <p>c) Bagaimana cara anda memasang barang <i>dionlineshop</i>? “Biasanya di <i>facebook</i> lewat <i>inbox</i>/kolom komentar dan bisa juga lewat <i>whatsapp</i>”.</p> <p>d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i> nya? “Ketika ada yang menjelekn <i>onlineshop</i> untuk penjual jangan ditanggapi abaikan saja”.</p> <p>e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan <i>onlineshop</i>nya? “Sangat penting agar kami para pembeli tidak merasa dirugikan”.</p> <p>f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang</p>



		<p>sopan? “Iya menggunakan pakaian yang sopan”.</p> <p>g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai? “Ketika ada yang tidak sesuai selama ini penjual bertanggung jawab”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual <i>onlineshop</i>? “Bentuk tanggung jawabnya memberi potongan harga”.</p>
18.	SW (Pembeli)	<p>a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan <i>onlineshop</i>? “Cara saya mendapatkan informasi biasanya lewat <i>instagram</i> karena lebih keseringan liat-liat di <i>instagram</i>”.</p> <p>b) Apakah ketika penjual promosi <i>onlineshop</i>nya, ada membandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain? “Tidak ada sih kak”</p> <p>c) Bagaimana cara anda memasang barang di <i>onlineshop</i>? “Saya memesannya biasanya keseringan <i>di whatsapp</i> lewat jalur pribadi”.</p> <p>d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i> nya? “Ketika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i>, untuk penjual cukup jangan ditanggapi abaikan saja”.</p> <p>e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan <i>onlineshop</i>nya? “Nilai kejujuran itu penting agar kami pembeli tidak merasa ditipu supaya berlangganan terus”.</p> <p>f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan? “Iya, pakaian yang sopan”.</p> <p>g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai? “Bertanggung jawab”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab</p>

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilaan



		penjual <i>onlineshop</i> ? “Bentuk tanggung jawabnya mengurangi harga”.
19.	M (Pembeli)	<p>a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan <i>onlineshop</i>? “Saya mendapatkan informasi, tergantung bisa di <i>instagram</i>, <i>facebook</i> dan juga di <i>whatsapp</i>”.</p> <p>b) Apakah ketika penjual promosi <i>onlineshop</i>nya, ada membandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain? “Setahu saya tidak ada kak”</p> <p>c) Bagaimana cara anda memasang barang di <i>onlineshop</i>? “Saya memesannya biasanya di <i>facebook</i> lewat <i>inbox</i>/kolom komentar dan bisa juga lewat <i>whatsapp</i>”.</p> <p>d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i>nya? “Ketika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i>nya untuk penjual didiamin aja jangan ditanggapi, tentu ada aja yang gak suka sama usaha kita jadi ya diabaikan saja”.</p> <p>e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan <i>onlineshop</i>nya? “Menurut saya penting, dengan begitu saya akan selalu berlangganan untuk memesan di <i>onlineshop</i>nya terus-terusan”.</p> <p>f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan? “Iya para <i>owner</i> menggunakan pakaian yang sopan”.</p> <p>g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai? “Bertanggung jawab jika yang disampaikan tidak sesuai dengan nyatanya”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual <i>onlineshop</i>? “Bentuk tanggung jawabnya</p>

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



		mengurangi harganya atau sesuai kesepakatan”.
20.	DR (Pembeli)	<p>a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan <i>onlineshop</i>? “Cara saya mendapatkan informasi biasanya lewat <i>whatsapp</i> , lebih privat dan karena sudah langganan sama <i>onlineshop</i> nya”.</p> <p>b) Apakah ketika penjual promosi <i>onlineshop</i>nya, ada membandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain? “Tidak ada para <i>owner</i> membandingkan ketika mereka promosi”</p> <p>c) Bagaimana cara anda memasang barang di <i>onlineshop</i>? “Saya memesannya biasanya lewat <i>whatsapp</i>”.</p> <p>d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i> nya? “Ketika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i> untuk penjualnya dibiarkan saja”.</p> <p>e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan <i>onlineshop</i>nya? “Menurut saya penting, agar tidak ada yang merasa dirugikan”.</p> <p>f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan? “Iya menggunakan pakaian yang sopan”.</p> <p>g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai? “Bertanggung jawab jika yang disampaikan tidak sesuai dengan nyatanya”.</p> <p>h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual <i>onlineshop</i>? “Bentuk tanggung jawabnya sesuai kesepakatan”.</p>

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



## 2. Display Data

Berdasarkan reduksi data, dapat diketahui bahwa maka dilakukan kembali *display data* (Penyajian data) penelitian dari hasil wawancara peneliti dengan penjual dan pembeli *onlineshop* di Tembilahan Kota, maka didapat hasil data penelitian sebagai berikut:

### a. Penjual

Tabel 4.2

No.	Indikator	Display Data
1.	<i>Sincerity</i> (Tulus/Ikhlas)	<p>a) Bagaimanakah cara ibu melakukan promosi pada <i>onlineshop</i>?</p> <p>Berdasarkan reduksi data, dari 10 sampel, pertanyaan pertama dapat disimpulkan bahwa penjual <i>onlineshop</i>, cara yang mereka lakukan mempromosikan <i>onlineshop</i> nya melalui sosial media seperti <i>facebook</i>, <i>instagram</i> dan <i>whatsapp</i>, dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat dimasing-masing aplikasi tersebut”.</p> <p>b) Apakah ketika ibu promosi,</p>



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



		<p>ada membanding-bandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain?</p> <p>Berdasarkan reduksi data dari 10 sampel dapat disimpulkan bahwa tidak ada niat membanding-bandingkan antara sesama <i>onlineshop</i>, bersaing secara sehat tanpa menjatuhkan satu sama yang lain.</p> <p>c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkan <i>onlineshop</i> ibu?</p> <p>Berdasarkan reduksi data, dari 10 sampel dapat disimpulkan bahwa tidak menanggapi apabila ada yang menjelekkan <i>onlineshop</i> nya dan diabaikan saja.</p>
2.	<i>Honesty</i> (Kejujuran)	<p>a) Bagaimanakah cara ibu mempromosikan <i>onlineshop</i> ibu?</p> <p>Berdasarkan reduksi data dari 10 sampel penjual dan pembeli, penjual</p>

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang** **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilaan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

		<p>mempromosikan <i>onlineshop</i> nya melalui media sosial karena banyak yang menggunakan saat ini. Media sosial seperti <i>instagram</i>, <i>facebook</i> dan juga <i>whatsapp</i> dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat didalamnya seperti <i>marketplace</i>, <i>marketing bisnis</i> dan <i>instagram adds</i>.</p> <p>b) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada <i>online shop</i> ?</p> <p>Berdasarkan reduksi data dari 10 sampel dapat disimpulkan bahwa nilai kejujuran dalam promosi itu sangat penting untuk menjaga nama baik <i>onlineshop</i>, menjaga kepercayaan pelanggan-pelanggan untuk selalu berlangganan.</p>
3.	<i>Meaningful</i> (Promosi yang bermakna)	a) Apakah ketika ibu mempromosi produk <i>onlineshop</i> menggunakan pakaian yang sopan?

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

		<p>Berdasarkan reduksi diatas dari 10 sampel dpat disimpulkan bahwa para penjual ketika mempromosikan <i>onlineshop</i> nya meggunakan pakaian yang sopan, dan juga mengenakan hijab.</p> <p>b) Apakah ketika ibu membuat <i>caption</i> ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/didahului memberi salam?</p> <p>Berdasarkan reduksi diatas dari 10 sampel dapat disimpulkan bahwa, ketika mempromosikan produk di <i>onlineshop</i> nya , ketika mempromosikan <i>onlineshopnya</i> lebih keseringan dadahului dengan memberi salam dari pada menggunkan <i>caption</i> dengan kata-kata edukasi islami.</p>
4.	<i>Accountability</i> (Tanggung Jawab/Amanah)	<p>a) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa</p>

	<p>yang dipromosikan?</p> <p>Berdasarkan reduksi diatas dari 10 sampel dapat disimpulkan bahwa penjual bertanggung jawab jika barang yang dipromosikan tidak sesuai dengan apa yang disampaikan.</p> <p>b) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk <i>onlineshop</i>?</p> <p>Berdasarkan reduksi diatas dari 10 sampel dapat disimpulkan, bentuk tanggung jawab sesuai dengan kesepakatannya atau dengan mengurangi harga dari biasanya.</p>
--	--

STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan





## b. Pembeli

Tabel 4.3

No	Indikator	Display Data
1.	<i>Sincerity</i> (Tulus/Ikhlas)	<p>a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan <i>onlineshop</i>? Berdasarkan reduksi data dari 10 sampel pembeli, mereka mendapatkan informasi mengenai produk yyang diipromosikan melalui <i>facebook</i>, <i>whatsapp</i> dan <i>instagram</i>".</p> <p>b) Apakah ketika penjual promosi <i>onlineshopnya</i>, ada membanding-bandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain? Berdasarkan reduksi data dari 10 sampel pembeli, pada saat mempromosikan <i>onlineshopnya</i> tidak ada saling membanding-bandingkan.</p> <p>c) Bagaimana cara anda memesan</p>



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



		<p>barang <i>onlineshop</i>?</p> <p>Berdasarkan reduksi data dari 10 sampel pembeli, pembeli memesan barang biasanya melalui chat jika di <i>facebook</i> chat melalui <i>inbox</i>, <i>instagram</i> melalui <i>direct message</i> atau komen dikolom komentar dan chat melalui <i>whatsapp</i>.</p>
2.	<i>Honesty</i> (Kejujuran)	<p>a) Bagaimanakah sikap penjual menanggapi jika ada yang menjelekan <i>onlineshop</i> nya?</p> <p>Berdasarkan reduksi data dari 10 sampel pembeli, sikap yang diambil penjual mengabaikan tanggapan tersebut.</p> <p>b) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan <i>onlineshop</i> nya?</p> <p>Berdasarkan reduksi data dari 10 sampel, nilai kejujuran sangat penting dalam mempromosikan barang <i>onlineshop</i> agar selalu menjadi kepercayaan pelanggan</p>

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerbitan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembילהan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembילהan

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

		untuk selalu berlangganan.
3.	<i>Meaningful</i> (Promosi yang bermakna)	<p>a) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?</p> <p>Berdasarkan reduksi data dari 10 sampel pembeli, ketika penjual mempromoskan produknya mereka menggunakan pakaian yang sopan dan berhijb.</p> <p>b) Apakah penjual <i>onlineshop</i> membuat <i>caption</i> dengan kata-kata edukasi islami/didahului dengan memberi salam?</p> <p>Berdasarkan reduksi data dari 10 sampel, para penjual <i>onlineshop</i> membuat <i>caption</i> dengan menggunakan kata-kata islam dan didahului dengan memberi salam.</p>
4.	<i>Accountability</i> (Tanggung Jawab/Amanah)	<p>a) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?</p> <p>Berdasarkan reduksi data dari</p>



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

	<p>10 sampel, penjual akan bertanggung jawab apabila barang yang dipromosikannya tidak sesuai.</p> <p>b) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual <i>onlineshop</i>?</p> <p>Berdasarkan reduksi data dari 10 sampel, bentuk tanggung jawab penjual, sesuai kesepakatan atau dengan memberi <i>discount</i>.</p>
--	--

### 3. *Conclusion Draving*/Verifikasi Data

Setelah dilakukan *reduksi data* dan *display data* tahap berikutnya adalah *verifikasi data*, atau kesimpulan akhir dari sebuah data yang dihasilkan dari wawancara peneliti dengan penjual dan pembeli *onlineshop* di Tembilahan Kota, maka hasil *verifikasi data*, jadi kesimpulan *display data* diatas promosi, bahwa penjual melakukan promosi melalui sosial media, alasan nya lebih mudah, hemat biaya, hemat waktu, selalu terhubung 24 jam dengan pembeli dan kebanyakan pada menggunakannya saai ini. Sosial media yang digunakan penjual seperti *facebook*, *instagram* dan *whatsapp*, dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat dimasing-masing aplikasi dan juga *share-share* kegrup-grup". Sedangkan pembeli mendapatkan informasi mengenai produk



yang dipromosikan melalui sosial media yaitu *facebook*, *whatsapp* dan *instagram*.

Penjual mempromosikan *onlineshop* nya melalui media sosial karena banyak yang menggunakan saat ini. Media sosial seperti *instagram*, *facebook* dan juga *whatsapp* dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat didalamnya seperti *marketplace*, *marketing bisnis* dan *instagram adds*. Pembeli memesan barang biasanya melalui chat jika *facebook* chat melalui *inbox*, *instagram* melalui *direct message* atau komen dikolom komentar dan chat melalui kontak *whatsapp*. Nilai kejujuran dalam promosi itu sangat penting untuk menjaga nama baik *onlineshop*, menjaga kepercayaan pelanggan-pelanggan untuk selalu berlangganan. Para *penjual* ketika mempromosikan *onlineshop* nya menggunakan pakaian yang sopan, dan juga mengenakan hijab. Ketika mempromosikan produk *onlineshop* nya menggunakan *caption* dengan memberi salam terlebih dahulu. Penjual bertanggung jawab jika barang yang dipromosikan tidak sesuai dengan apa yang disampaikannya dan bentuk tanggung jawab sesuai dengan kesepakatannya atau dengan mengurangi harga dari biasanya.

### C. Analisis Data

1. Cara Penggunaan *marketing mix* pada bagian promosi yang dilakukan oleh penjual *onlineshop* di Tembilahan Kota ?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cara penggunaan *Onlineshop* tembilahan kota mempromosikan produknya melalui sosial media seperti *facebook*, *instagram* dan *whatsapp*. Memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat di aplikasi tersebut. *Facebook* memiliki fitur seperti *marketplace*, grup-grup, *Instagram* memiliki fitur seperti *Instagram* bisnis dan *whatsapp* memiliki fitur seperti *whatsapp* bisnis. Alasannya menggunakan media sosial karena banyak penggunaannya saat ini, biaya lebih murah, digunakannya juga mudah dan selalu terhubung dengan konsumen 24 jam.

2. Penggunaan Marketing *mix* (promosi) *onlineshop* sudah sesuai berdasarkan etika bisnis islam

a. *Sincerity* (Tulus/Ikhlas)

Dalam kegiatan promosi harus didasarkan dengan niat yang baik dan tidak ada itikad buruk terhadap yang lain. sebagaimana hasil wawancara yang peneliti lakukan dalam prinsip tulus/ikhlas para *owner* tidak ada membanding-bandingkan atau saling menjatuhkan sesama *onlineshop*.

b. *Honesty* (Kejujuran)

Dalam melakukan kegiatan promosi, suatu informasi harus di sampaikan sesuai dengan spesifikasi produk itu sendiri dan tidak melebihi informasi dari produk tersebut.

Sebagaimana hasil wawancara yang peneliti lakukan dalam prinsip kejujuran *owner* menginformasikan kondisi barang sesuai atau berkata benar.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilihan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilihan

c. *Meaningful* (Promosi yang bermakna).

Pesan yang disampaikan harus mempunyai nilai pendidikan kepada masyarakat. Termasuk di dalamnya tidak boleh membuat iklan mengeksploitasi tubuh wanita agar iklan tersebut menarik di mata konsumen terutama kaum pria, sehingga mereka tertarik untuk membelinya

Sebagaimana hasil wawancara yang peneliti lakukan dalam prinsip promosi yang bermakna, para *owner* ketika mempromosikan produk, mereka menggunakan pakaian yang sopan tanpa mengeksploitasi tubuh mereka.

d. *Accountability* (Tanggung jawab/Amanah).

Bertanggung jawab terhadap apa yang dipromosikan dan menepati janji yang diberikan dalam sebuah promosi.

Sebagaimana hasil wawancara yang peneliti lakukan dalam prinsip Tanggung jawab/Amanah, *owner* akan bertanggung jawab apabila yang dipromosikan tidak sesuai. Bentuk tanggung jawab *owner* kepada pembeli sesuai kesempatan berdua atau dengan mengurangi harga dari biasanya agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa cara penggunaan *Onlineshop* tembilahan kota mempromosikan produknya melalui sosial media seperti di *facebook*, *instagram* dan *whatsapp*. Memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat diaplikasi tersebut. *Facebook* memiliki fitur seperti *marketplace*, grup-grup, *Instagram* memiliki fitur seperti *Instagram* bisnis dan *whatsapp* memiliki fitur seperti *whatsapp* bisnis. Penggunaan *marketing mix* khusus promosi yang dilakukan penjual *onlineshop* ditembilahan kota belum sesuai etika bisnis dalam Islam etika terlihat dari hasil kebenarannya yang mereka lakukan yaitu *sincerity* (tulus/ikhlas), *honesty* (kejujuran), *meaningful* (promosi yang bermakna) dan *accountability* (tanggung jawab).

### B. Saran

Setelah memperhatikan hasil penelitian di atas, maka penulis memberikan saran untuk dapat dipertimbangkan kepada pihak yang bersangkutan. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. Untuk penjual *onlineshop*

Penjual *onlineshop* harus selalu mengikuti alur jual beli kekinian, bisa menyeimbangkan teknologi yang ada dan juga memperhatikan etika dalam Islam dalam mempromosikan produknya agar tidak kalah dengan

penjual lain. Dan tetap harus mementingkan produk sama dengan yang di posting demi kepuasan pembeli serta pelayanan yang maksimal.

2. Untuk pembeli

Pembeli *onlineshop* status toko apakah aktif atau tidak, setiap toko *online* biasanya memiliki kolom komentar yang berisi ulasan pelanggan terhadap produk yang mereka beli. Jika pembeli menemukan banyak komentar positif, itu menandakan bahwa *onlineshop* tersebut sudah dipercaya para konsumennya dan rekomendasi mereka.

3. Untuk peneliti selanjutnya,

Hendaknya memperluas penelitian untuk dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang *marketing mix* pada penjualan sistem *online*.

STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Aulaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Aulaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Aulaurrasyidin Tembilahan



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. Nana Herdiana. (2013). *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Al Arif, M. Nur Rianto, (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung.
- Alma, Buchari. (2014). *Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasar*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Pengantar Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Chaca Andira Sari. (2015). “Perilaku Berbelanja Online Dikalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga”. *Jurnal Educational Evaluation and Alanytics*. Vol. 4. <file:///C:/Users/Acer/Documents/sulistyo%20jurnal.pdf> diakses pada tanggal 02 Mei 2021 pada pukul 14.32 WIB.
- Fauzia,Ika Yunia. (2013). *tika Bisnis Jakarta: Kencana*.
- Halim, Cipta. (2010). *Tips Praktis Promosi Online untuk Berbagai Event*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Halimatussyakdiyah , Zakiyah , Agus Purnomo. (2021). Strategi Promosi Toko Pakaian Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Komparatif Pada Toko Taste Fashion dan JGP Store). <file:///C:/Users/Acer/Documents/teori%20marketing%20mix%20dadlam%20islm.pdf> Diakses pada tanggal 10 Februari 2022 pukul 14.23 wib
- Lamarto, J. William Stanto. (1996). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- M. Kholil Nawawi2, (22018). Analisis Sharia Marketing Mix Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Pada Online Shop Tiws.Id Istianah. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah Volume 05*. <file:///C:/Users/Acer/Documents/918-Article%20Text-3457-1-10-20181203.pdf> diakses pada tanggal 10 Februari 2022 pukul 10.00 wib.
- Nitisemito, Alex S. (1981). *Marketing*. Jakata : Ghalia Indonesia.
- Nitisusastro, Mulyadi . (2021). *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung Alfabeta.
- Oesman, Yevis Marty. (2010). *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Costumer Value, Dan Costomer Dependency*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Ridwan. (2019). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneiti Pemula*. Bandung: Alfabeta.



- Roni Mohamad. (2021). STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo)* Volume 2, (Nomor 1, April ).H. 18 [file:///C:/Users/Acer/Downloads/234-Article%20Text-464-1-10-20210701%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/234-Article%20Text-464-1-10-20210701%20(2).pdf) diakses pada tanggal 11 Februari 2022 pukul 10.00 wib.
- Sabran. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas Jilid I Philip Kotler*. PT: Erlangga.
- Sitorus, Onny Fitriana. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta : FKIPUHAMKA.
- Somad, Rismi. (2014). *MANAJEMEN KOMUNIKASI Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Herry. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan*, Bandung: ALFABETA.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2016). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sulistyo, Seti Utami. (2019). *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Handycraft Mama Art Deco*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol. 1 No.1. <file:///C:/Users/Acer/Documents/sulistyo%20jurnal.pdf> diakses pada tanggal 02 mei 2021 pada pukul 09.45 WIB.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



Ha

## LEMBAR WAWANCARA PENGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA

### A. Penjual *Online shop* Tembilaan Kota

1. Bagaimanakah cara ibu melakukan promosi pada *online shop*?
2. Apakah ketika ibu mempromosi *online shop*, adakah ibu membandingkan dengan *online shop* lain?
3. Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkan *online shop* ibu?
4. Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada *online shop* ?
5. Apakah ketika ibu mempromosi produk *online shop* menggunakan pakaian yang tertutup/muslimah?
6. Apakah ketika ibu membuat *caption* ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/didahului dengan memberi salam?
7. Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?
8. Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk *online shop*?

### B. Pembeli *online shop* di Tembilaan Kota

1. Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan *online shop*?
2. Apakah ketika *owner* mempromosi *online shop*nya, ada membandingkan dengan *online shop* lain?
3. Bagaimana cara anda memesan barang di *online shop*?
4. Menurut anda bagaimanakah cara *owner* menanggapi jika ada yang menjelekkan *online shop* nya?
5. Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika *owner* mempromosikan *online shop*nya?

1. Uraian yang menguraikan secara umum atau secara umum mengenai penelitian yang dilakukan dan menyimpulkan hasilnya

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilaan



**Ha**

6. Apakah ketika *owner* mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?
7. Apakah *owner* bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?
8. Bagaimana bentuk tanggung jawab *owner onlineshop*?

Disetujui  
Pembimbing,

**FERDINAN, S.Pd., M.Pd**

**NIDN : 2122076610**

Peneliti,

**PEBRIA SAFITRI**

**NIRM : 1209. 17. 08266**

**FINAL**

**STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN**

**Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Uraian yang menggunakan atau sesuai untuk karya tulis ini meliputi uraian uraian dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



**LEMBAR WAWANCARA**  
**PENGGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI**  
**TEMBILAHAN KOTA**

a. Responden 1 (Penjual)

1) Identitas responden

Nama : Juwita

Umur : 25 Tahun

Pendidikan : SMA

Agama : Islam

2) Pernyataan Responden

a) Bagaimanakah cara ibu melakukan promosi pada *online shop*?

“Cara saya mempromosikannya saya menggunakan sosial media, tapi yang saya gunakan hanya *facebook* dan *whatsapp*”

b) Apakah ketika ibu promosi ada membandung-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Tidak ada, karena rezeki sudah ada yang ngatur”.

c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan *online shop* ibu?

“Ya diam aja, tapi kalau sudah keterlaluannya gak bisa diam juga”.

d) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada *online shop* ?

“Sangat penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan”.

e) Apakah ketika ibu mempromosi produk *online shop* menggunakan pakaian yang sopan?

“Ketika saya mempromosikan produk saya selalu mengenakan hijab, Dan pakaian yang tertutup”.

f) Apakah ketika ibu membuat caption ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/didahului dengan memberi salam?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan, penerbitan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerbitan kritik atau tinjauan suatu masalah

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

“Kalau kata-kata edukasi islami sih tidak, Cuma biasa saya mengucapkan salam”.

g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?

“Tergantung, tidak sesuai nya tu dimana gitu, kalau memang harus diganti ya saya bakalan ganti”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk *online shop*?

“Kalau tanggung jawab tergantung runding sama pembelinya gimana, barang sesuai harga kalau mahal bahannya bakalan bagus dan begitu juga sebaliknya”.

STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



## LEMBAR WAWANCARA PENGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA

### b. Responden 2 (Penjual)

#### 1) Identitas responden

Nama : Sila

Umur : 23 Tahun

Pendidikan : MAN

Agama : Islam

#### 2) Pernyataan Responden

##### a) Bagaimanakah cara ibu melakukan promosi pada *online shop*?

“Cara saya melakukan promosi pada *online shop*, melalui *facebook*, *instagram* dan juga *diwhatsapp* karena lebih mudah”.

##### b) Apakah ketika ibu promosi ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Alhamdulillah selama ini tidak ada kak, rezeki kan masing-masing bersaing sewajarnya aja tanpa menjelekkkan satu sama lain”.

##### c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang membanding-bandingkan dengan *online shop* ibu?

“Ya didiemin aja, kalau yang sering belanja sama kita bakalan tahu kok kualitas barang yang kita jual itu gimana”.

##### d) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada *online shop* ?

“Nilai kejujuran itu penting, kalau kita gak jujur dalam promosi yang jelas dosa dan pembele-pembeli bakalan tidak percaya lagi”.

##### e) Apakah ketika ibu mempromosi produk *online shop* menggunakan pakaian yang sopan?

“iya pakaian yang tertutup, produk yang saya promosikan biasa kosmetik, pakaian muslimah”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilaan



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

f) Apakah ketika ibu membuat *caption* ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/didahului memberi salam?

“Saya membuat *caption* lebih keseringann hanya dengan memberi salam”.

g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?

“Sesuai kesepakatan maunya gimana gitu kak”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk *online shop*?

“bentuk tanggung jawabnya mungkin ngurangin dengan harganya”.

STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



**LEMBAR WAWANCARA**  
**PENGGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI**  
**TEMBILAHAN KOTA**

c. Responden 3 (Penjual)

1) Identitas responden

Nama : Novita  
Umur : 24 Tahun  
Pendidikan : SMA  
Agama : Islam

2) Pernyataan Responden

a) Bagaimanakah cara ibu melakukan promosi pada *online shop*?

“Cara saya mempromosikan dengan memanfaatkan sosial media yang digunakan banyak orang saat ini baik muda maupun tua, selalau terhunung 24 jam dengan pembeli”.

b) Apakah ketika ibu promosi ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Selama ini tidak ada kak, itu kan tidak baik kita menjelekan satu sama lain”.

c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekan *online shop* ibu?

“Ya dibiarin aja sih kak”

d) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada *online shop* ?

“Penting agar *onlline shop* kita selalu dipercaya untuk berbelanja *online*”.

e) Apakah ketika ibu mempromosi produk *onlineshop* menggunakan pakaian yang tertutup/muslimah?

“Tertutup kak”.

f) Apakah ketika ibu membuat *caption* ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/didahului dengan memberi salam?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

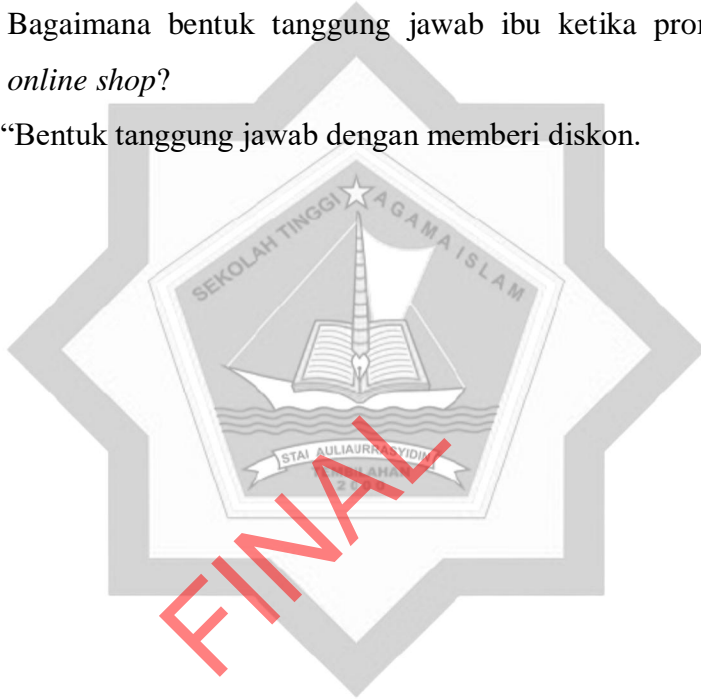
“Biasanya saya mengucapkan salam diawal sebelum membuat detail mengenai produk yang dipromosikan”.

g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?

“Sesuaikan dengan kesepakatan kak”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk *online shop*?

“Bentuk tanggung jawab dengan memberi diskon.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



## LEMBAR WAWANCARA PENGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA

### d. Responden 4 (Penjual)

#### 1) Identitas responden

Nama : Siti Patimah

Umur : 21 Tahun

Pendidikan : SMA

Agama : Islam

#### 2) Pernyataan Responden

##### a) Bagaimanakah cara ibu melakukan promosi pada *online shop*?

“Cara saya mempromosikan produk saya di *online shop* dengan menggunakan sosial media. Yang saya gunakan hanya 2 aplikasi *facebook* dan *whatsapp*”

##### b) Apakah ketika ibu promosi ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Tidak ada kak, menjelek-jelekan olshop satu dengan yang lain”.

##### c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekan *online shop* ibu?

“Dibiarin aja sih kak”.

##### d) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada *online shop* ?

“Sangat penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan,, karena menjaga kepercayaan itu susah”.

##### e) Apakah ketika ibu mempromosi produk *online shop* menggunakan pakaian yang tertutup/muslimah?

“Iya saya mempromosikan bbarang-barang saya dengan pakainan tertutup”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilaan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

f) Apakah ketika ibu membuat caption ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami?

“Iya, apalagi kalau yang kita promosikan pakian muslimah kan menarik aja gitu menggunakan caption-caption edukasi gitu”.

g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?

“Jika apa yang saya promosikan tidak sesuai saya akan bertanggung jawab”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk *online shop*?

“Tergantung tidak sesuai dimana menurut pembeli”

**STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN**



**LEMBAR WAWANCARA**  
**PENGGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI**  
**TEMBILAHAN KOTA**

e. Responden 5 (Penjual)

1) Identitas responden

Nama : Eva Nopri

Umur : 25 Tahun

Pendidikan : SMA

Agama : Islam

2) Pernyataan Responden

a) Bagaimanakah cara ibu melakukan promosi pada *online shop*?

“Cara saya mempromosikan *online shop*, menggunakan sosial media dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat didalamnya misalnya *facebook* yang saat ini saya gunakan dengan menggunakan fitur *marketplace*”

b) Apakah ketika ibu promosi ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Tidak ada kak”.

c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan *online shop* ibu?

“Diam aja kak, biarin aja”.

d) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada *online shop* ?

“Penting sekali kak untuk tetap menjaga kepercayaan pelanggan terhadap *onlineshop* kita”.

e) Apakah ketika ibu mempromosi produk *online shop* menggunakan pakaian yang tertutup/muslimah?

“Iya kak”.

f) Apakah ketika ibu membuat *caption* ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/didahului dengan memberi salam?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

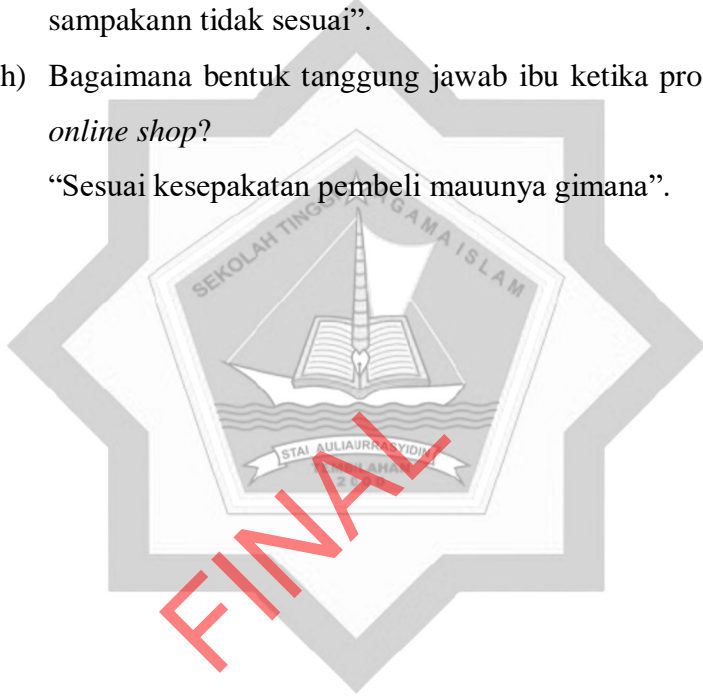
“Biasa saya mengucapkan salam, setelah itu ya baru detail menenai produk tersebut”.

g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?

“Iya saya akan bertanggung jawab apabila yang saya sampakann tidak sesuai”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk *online shop*?

“Sesuai kesepakatan pembeli mauunya gimana”.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



## LEMBAR WAWANCARA PENGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA

### f. Responden 6 (Penjual)

#### 1) Identitas responden

Nama : Salsabila Marsela

Umur : 23 Tahun

Pendidikan : SMK

Agama : Islam

#### 2) Pernyataan Responden

##### a) Bagaimana cara ibu melakukan promosi pada *online shop*?

“Cara saya mempromosikan melalui sosial media, sosial media yang saya gunakan *facebook, instagram* dan *whatsapp*”.

##### b) Apakah ketika ibu promosi ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Tidak ada”.

##### c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan *online shop* ibu?

“Cara saya menanggapi, diamin aja atau minta penjelasan orang tersebut mengapa menjelekkkan *olshop* saya gitu”.

##### d) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada *online shop* ?

“Menurut saya penting, kejujuran akan membuat pelanggan kita setia berbelanja di *olshop* kita”.

##### e) Apakah ketika ibu mempromosi produk *online shop* menggunakan pakaian yang sopan?

“Ya, saya menggunakan hijab dan juga pakaian yang tertutup”.

##### f) Apakah ketika ibu membuat caption ketika mempromosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/didahului dengan memberi salam?



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

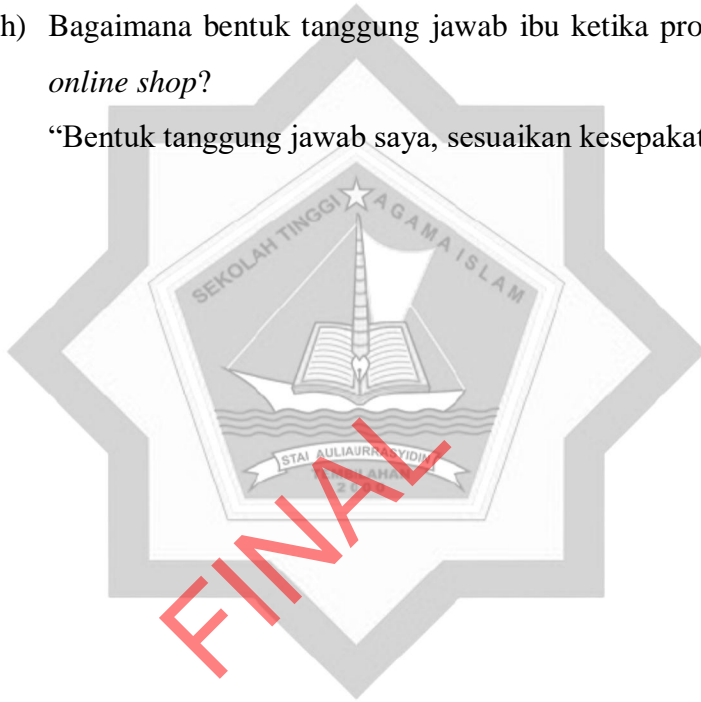
“Terkadang saya menggunakan kata-kata edukasi gitu, ya aga lebih semangat lagi jualannya”.

g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?

“Iya saya bertanggung jawab”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk *online shop*?

“Bentuk tanggung jawab saya, sesuaikan kesepakatan”.



**STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN**



## LEMBAR WAWANCARA PENGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA

### g. Responden 7 (Penjual)

#### 1) Identitas responden

Nama : Linda

Umur : 21 Tahun

Pendidikan : MAN

Agama : Islam

#### 2) Pernyataan Responden

##### a) Bagaimana cara ibu melakukan promosi pada *online shop*?

“Cara saya mempromosikan *online shop* saya melalui sosial media aplikasi yang trend saat ini seperti aplikasi *facebook*, *instagram*, *whatsapp* yang banyak penggunanya baik dikalangan tua maupun muda dan juga mudah menggunakannya”.

##### b) Apakah ketika ibu promosi, ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Tidak ada”

##### c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekan *onlineshop* ibu?

“ya diabaikan aja kak”.

##### d) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada *online shop* ?

“Sangat penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan tidak saling merugikan”.

##### e) Apakah ketika ibu mempromosi produk *onlineshop* menggunakan pakaian yang tertutup/muslimah?

“Iya kak”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilaan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

- f) Apakah ketika ibu membuat *caption* ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/didahului dengan memberi salam?  
“Iya terkadang saya menggunakan kata-kata edukasi”.
- g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?  
“Iya, aga tidak ada pihak yang merasa dirugikan”.
- h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk *online shop*?  
“Bentuk tanggung jawab nya mungkin memberikan *discount*”.

STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



**LEMBAR WAWANCARA**  
**PENGGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI**  
**TEMBILAHAN KOTA**

h. Responden 8 (Penjual)

1) Identitas responden

Nama : Ica Riskia

Umur : 23 Tahun

Pendidikan : SMK

Agama : Islam

2) Pernyataan Responden

a) Bagaimana cara ibu melakukan promosi pada *online shop*?

“Cara saya mempromosikan dengan aplikasi *intstagram* dengan menggunakan fitur *instagram* bisnis atau *direels* juga, *facebook* dengan memanfaatkan fitur *marketplace* atau *share-share* digrup dan *whatsapp* dengan fitur *whatsapp marketing*”.

b) Apakah ketika ibu promosi ada tidak menjelekkkan *online shop* lain?

“Selama saya berjualan *online shop* tidak ada menjelekkkan *onlineshop* lain, bersaing secara sehat aja”..

c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan *onlineshop* ibu?

“Ya diabaikan aja kak,tidak ditanggapi”.

d) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada *online shop* ?

“Sangat penting, membuat pelanggan-pelanggan kita setia dan menaga nama baik *onlineshop* kita”.

e) Apakah ketika ibu mempromosi produk *online shop* menggunakan pakaian yang tertutup/muslimah?

“Menggunakan pakainan yang tertutup”.

f) Apakah ketika ibu membuat caption ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilaan



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

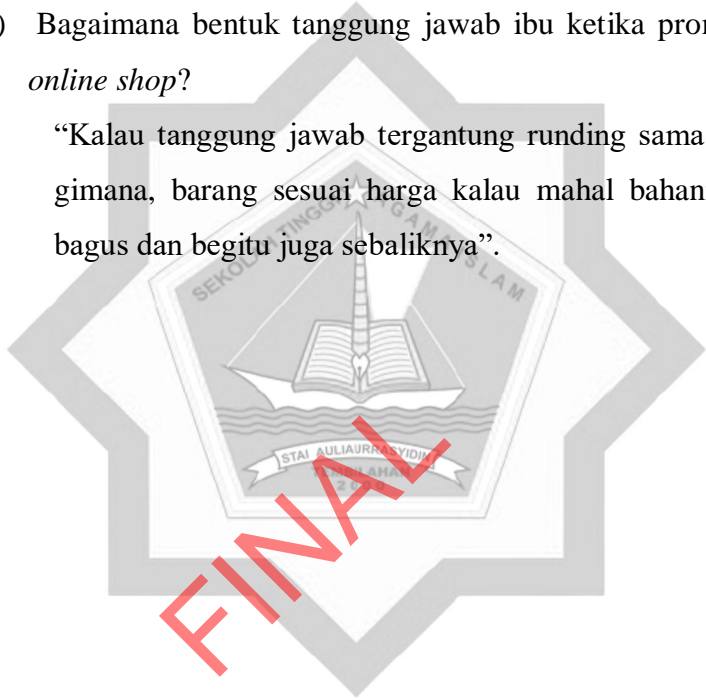
“Biasanya saya selalu mengucapkan salam terlebih dahulu.

g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?

“Iya, jika apa yang saya sampaikan tidak sesuai saya akan bertanggung jawab”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk *online shop*?

“Kalau tanggung jawab tergantung runding sama pembelinya gimana, barang sesuai harga kalau mahal bahannya bakalan bagus dan begitu juga sebaliknya”.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



**LEMBAR WAWANCARA**  
**PENGGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI**  
**TEMBILAHAN KOTA**

e. Responden 9 (Penjual)

1) Identitas responden

Nama : Rahimah

Umur : 23 Tahun

Pendidikan : SMK

Agama : Islam

2) Pernyataan Responden

a) Bagaimana cara ibu melakukan promosi pada *online shop*?

“Cara saya mempromosikan melalui sosial media, sosial media yang saya gunakan *facebook, instagram* dan *whatsapp*”

b) Apakah ketika ibu promosi ada menjatuhkan *online shop* lain?

“Tidak ada kak, rezeki sudah ada yang ngatur”.

c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan *online shop* ibu?

“Diabaikan saja kak”.

d) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada *onlineshop*?

“Nilai kejujuran itu penitng, dan juga menjaga nama baik *online shop* kita”.

e) Apakah ketika ibu mempromosi produk *online shop* menggunakan pakaian yang sopan?

“Iya dengan pakaian yang sopan”.

f) Apakah ketika ibu membuat *caption* ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/didahului dengan memberi salam?

“Iya kak terkadang membuat *caption* dengan kata-kata motivasi gitu habis itu ya baru saya membuat detail mengenai produk”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

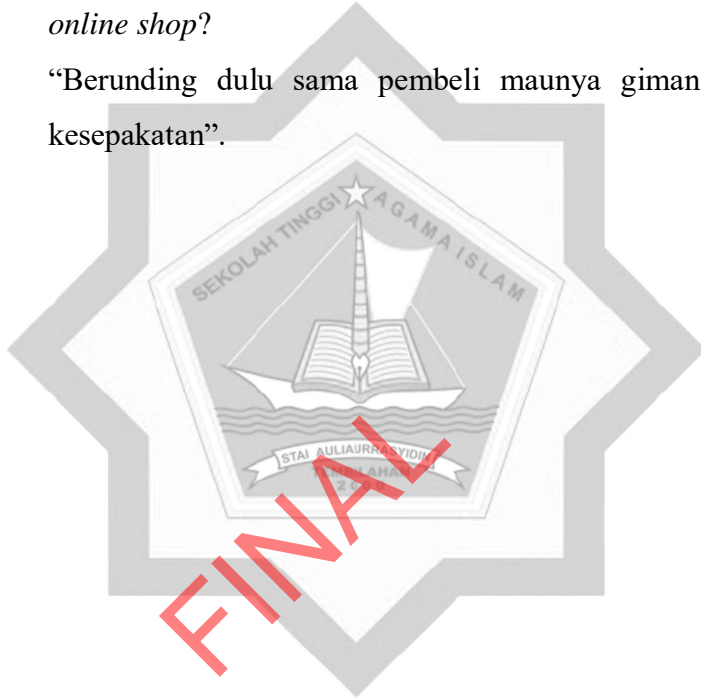
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?

“Saya akan bertanggung jawab dengan produk *onlineshop* saya apabila tidak sesuai dengan apa yang saya promosikan”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk *online shop*?

“Berunding dulu sama pembeli maunya gimana, sesuaikan kesepakatan”.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



## LEMBAR WAWANCARA PENGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA

### i) Responden 10 (Penjual)

#### 1) Identitas responden

Nama : Erni Apriani

Umur : 24 Tahun

Pendidikan : SMA

Agama : Islam

#### 2) Pernyataan Responden

##### a) Bagaimanakah cara ibu melakukan promosi pada *online shop*?

“Cara saya mempromosikan *online shop*, melalui sosial media yang banyak pengguna nya saat ini, sosial media yang saya gunakan *facebook, instagram* dan *whatsapp*”.

##### b) Apakah ketika ibu promosi ada tidak menjelekkkan *online shop* lain?

“Tidak ada kak, namanya juga berjualan rezeki masing-masing tanpa menjatuhkan siapa-siapa?”.

##### c) Bagaimanakah cara ibu menanggapi jika ada orang yang menjelekkkan *online shop* ibu?

“Diabaikan saja ka”.

##### d) Menurut anda, seberapa penting nilai kejujuran dalam promosi pada *online shop* ?

“Kejujuran itu penting dimana pelanggan-pelanggan yang berbelanja dionlineshop kita tidak merasa ditipu”.

##### e) Apakah ketika ibu mempromosi produk *online shop* menggunakan pakaian yang sopan?

“Ketika saya mempromosikan produk saya selalu mengenakan hijab dan pakaian yang tertutup”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilaan



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

f) Apakah ketika ibu membuat *caption* ketika promosikan produk menggunakan kata-kata edukasi islami/didahului dengan memberi salam?

“Kalau kata-kata edukasi islami sih tidak, saya biasa saya mengucapkan salam”.

g) Apakah ibu bertanggung jawab apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?

“Tergantung, tidak sesuai nya tu dimana gitu, kalau memang harus diganti ya saya bakalan ganti”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab ibu ketika promosi produk *online shop*?

“Kalau tanggung jawab sesuai dengan kesepakatan berdua”.

STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



**LEMBAR WAWANCARA**  
**PENGGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI**  
**TEMBILAHAN KOTA**

j) Responden 11 (Pembeli)

1) Identitas responden

Nama : Salsabilla

Umur : 18 Tahun

Pendidikan : SMA

Agama : Islam

2) Pernyataan Responden

a) Bagaimana cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan *online shop*?

“Saya mendapatkan informasi *online shop* biasanya melalui *facebook*”.

b) Apakah ketika penjual mempromosi onlineshopnya, ada membandingkan dengan *online shop* lain?

“Tidak ada”

c) Bagaimana cara anda memesan barang di *online shop*?

“Cara saya memesan barang melalui sosial media *chat* atau *komen* dikolom *komentar*”.

d) Menurut anda bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan *online shop* nya?

“Menurut saya untuk penjual ketika *online shop* ada yang menjelekan atau ada yang ingin menjatuhkan jangan ditanggapi”.

e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan *online shop*nya?

“Menurut saya penting, agar kami percaya untuk memesan terus di *online shop*nya”.

f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

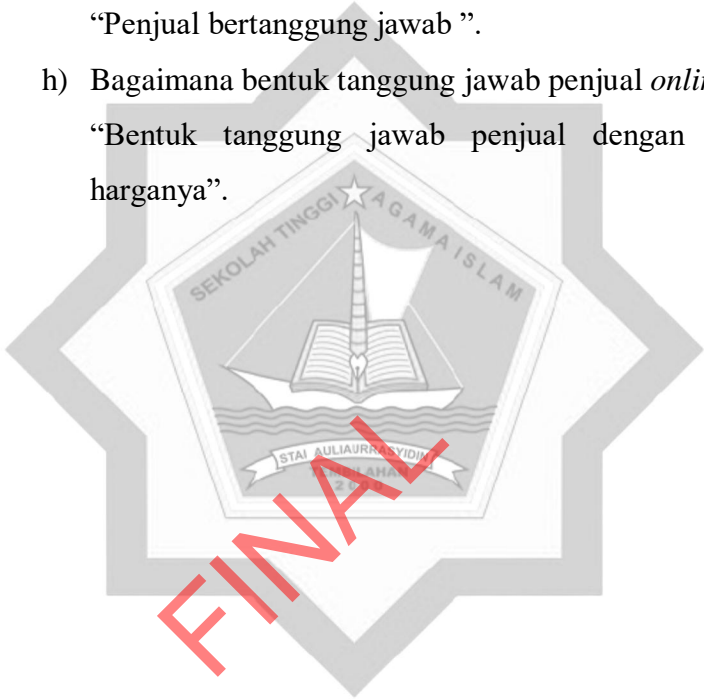
“Para *owner* ketika mempromosikan *online shop*nya yang saya sering memesan barang, menggunakan pakaian yang sopan”.

g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?

“Penjual bertanggung jawab ”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual *online shop*?

“Bentuk tanggung jawab penjual dengan mengurangi harganya”.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



## LEMBAR WAWANCARA PENGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA

### k) Responden 12 (Pembeli)

#### 1) Identitas responden

Nama : Nurhaliza

Umur : 22 Tahun

Pendidikan : SMK

Agama : Islam

#### 2) Pernyataan Responden

a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan *online shop*?

“Saya mendapatkan informasi mengenai produk melalui sosial media bisa lewat *facebook*, *instagam* atau juga di *whatsapp*”.

b) Apakah ketika penjual mempromosi *online shop* nya, ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Tidak ada”

c) Bagaimana cara anda memesan barang di *online shop*?

“Cara saya memesan barang biasanya saya chat, misalnya di *facebook* saya chat lewat *inbox*, kalau di *instagram* di *direct message* atau juga dikolom komentar dan juga di *whatsapp*”.

d) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan *onlineshop*nya?

“Menurut saya itu sangat penting, karena apabila tidak jujur kami tidak memesan lagi, karena yang disampaikan tidak sesuai”.

e) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan *onlineshop* nya?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilaan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

“Ketika ada yang menjelekkan usaha atau *onlineshop* kita untuk para penjual lebih baik dibiarkan saja”.

f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?

“Iya menggunakan pakaian yang sopan dan juga berhijab”.

g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?

“Iya saya bertanggung jawab dengan apa yang saya promosikan, jika memang tidak sesuai saya akan bertanggung jawab”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual *onlineshop*?

“Bentuk tanggung jawabnya sesuai dengan kesepakatan kalau memang harus mengganti saya bakal mengantinya”.

**STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN**



## LEMBAR WAWANCARA PENGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA

### 1) Responden 13 (Pembeli)

#### 1) Identitas responden

Nama : Nurmayanti

Umur : 21 Tahun

Pendidikan : MA

Agama : Islam

#### 2) Pernyataan Responden

a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan *online shop*?

“Saya mendapatkan informasi *online shop* biasanya melalui *whatsapp* karena sudah langganan”.

b) Apakah ketika penjual mempromosi *online shop* nya, ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Tidak ada kak”

c) Bagaimana cara anda memesan barang di *online shop*?

“Tergantung, kalau saya lihat postingannya di *instagram* saya bakal DM, kalau di *facebook* di *inbox* dan kadang juga lewat *whatsapp* kalau sudah langganan”.

d) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan *online shop* nya?

“Menurut saya itu penting agar kami tidak merasa dirugikan”.

e) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan *online shop* nya?

“Ketika ada yang menjelekan *onlineshop* mbaknya jangan ditanggapi diabaikan saja, mbaknya fokus aja sama *online shop* nya”.

f) Apakah ketika penjuall mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

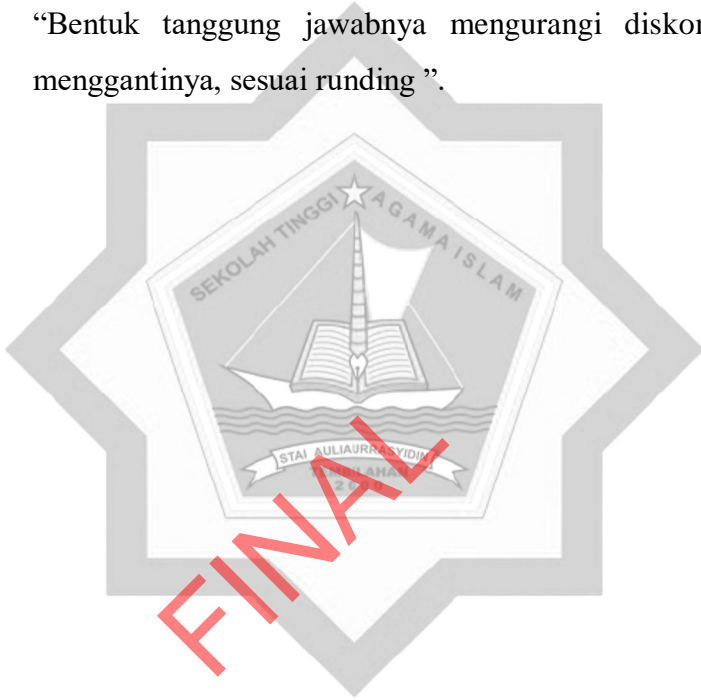
“Iya menggunakan pakaian yang sopan”.

g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?

“Bertanggung jawab”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual *online shop*?

“Bentuk tanggung jawabnya mengurangi diskon atau juga menggantinya, sesuai runding”.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



## LEMBAR WAWANCARA PENGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA

m) Responden 14 (Kartini)

1) Identitas responden

Nama : Kartini

Umur : 25 Tahun

Pendidikan : Man

Agama : Islam

2) Pernyataan Responden

a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan *online shop*?

“Saya mendapatkan informasi melalui FB, Ig dan WA”.

b) Apakah ketika penjual mempromosi onlineshopnya, ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Tidak ada saling memojokkan satu sama lainnya”.

c) Bagaimana cara anda memesan barang di *online shop*?

“Cara saya memesan nya biasa lewat *facebook*, *instagram* dann juga *whatsapp*”.

d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan *online shop* nya?

“Untuk para *owner* ketika *online shop*nya ada yang ingin menjatuhkan ya diabaikan saja fokus aja sama *onlineshop*”.

e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan *online shop* nya?

“Menurut saya penting, karena jika apa yang dipromosikan tidak sesuai dengan kami bakalan jera untuk memesannya kembali”.

f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?

“Iya menggunakan pakaian yang sopan”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilaan



- g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?  
“Bertanggung jawab”.
- h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual *online shop*?  
“Bentuk tanggung jawab nya ya disesuaikan dengan kesepakatan berdua maunya gimana gitu”.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



**LEMBAR WAWANCARA**  
**PENGGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI**  
**TEMBILAHAN KOTA**

n) Responden 15 (Pembeli)

1) Identitas responden

Nama : Bella wati

Umur : 20 Tahun

Pendidikan : SMA

Agama : Islam

2) Pernyataan Responden

a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan *online shop*?

“Cara saya mendapatkan informasi keseringan melalui *facebook*”.

b) Apakah ketika penjual promosi *online shop* nya, ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Tidak ada”

c) Bagaimana cara anda memasang barang di *online shop*?

“Saya memesannya biasanya di *facebook* lewat *inbok*/kolom komentar dan bisa juga lewat *whatsapp*”.

d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan *online shop* nya?

“Ketika ada yang menjelekan *online shop* untuk penjual didiamin aja nanti kalau capek dia bakalan berenti dengan sendiri tetap fokus saja dengan usahanya”.

e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan onlineshopnya?

“Menurut saya penting agar kami selalu setia langganan memesan di *online shop* nya”.

f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilaan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

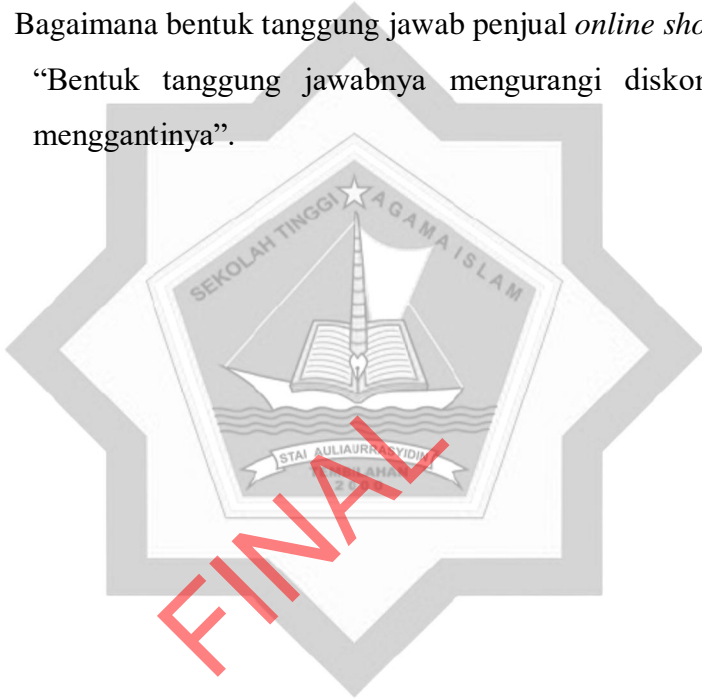
“Iya menggunakan pakaian yang sopan”.

g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?

“Bertanggung jawab jika yang disamapaikan tidak sesuai dengan nyatanya”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual *online shop*?

“Bentuk tanggung jawabnya mengurangi diskon atau juga menggantinya”.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



## LEMBAR WAWANCARA PENGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA

o) Responden 16 (Pembeli)

1) Identitas responden

Nama : Tilawati

Umur : 20 Tahun

Pendidikan : SMA

Agama: Islam

2) Pernyataan Responden

a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan *online shop*?

“Biasanya saya mendapatkan informasi melalui sosial media, bisa lewat instagram, *facebook* dan *whatsapp*”.

b) Apakah ketika penjual promosi *online shop* nya, ada membanding-bandingkan dengan *onlineshop* lain?

“Setahu saya tidak ada kak, ketika mereka mempromosikan produk nya tidak ada saling menyudutkan”.

c) Bagaimana cara anda memesang barang di *online shop*?

“Saya memesannya biasanya lewat *whatsapp* karena sudah langganan”.

d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan *online shop* nya?

“Ketika ada yang menjelekan *online shop* untuk penjual didiamin aja, ambi hikmahnya saja”.

e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan *online shop*nya?

“Menurut saya penting agar kami selalu setia langganan memesan di *online shop* nya”.

f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

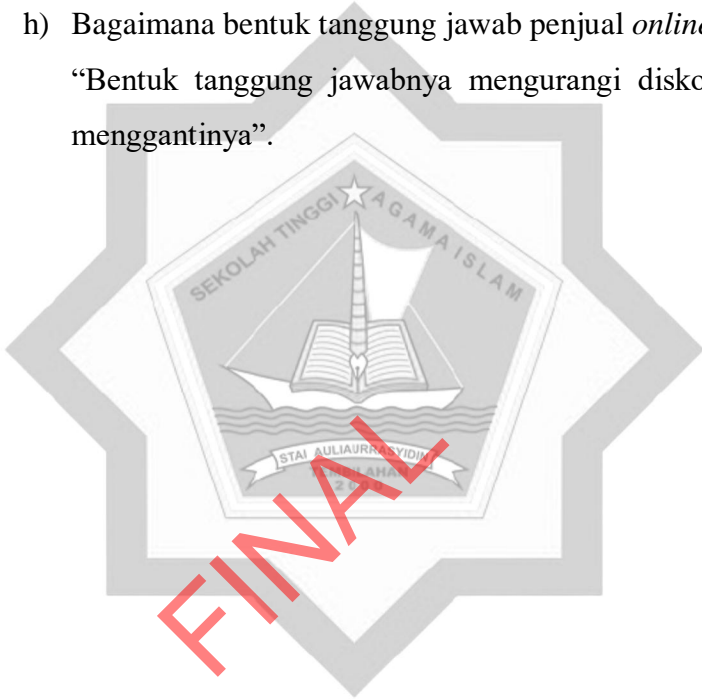
“Iya mereka mengenakan pakaian yang sopan”.

g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?

“Bertanggung jawab jika yang disampaikan tidak sesuai dengan nyatanya”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual *online shop*?

“Bentuk tanggung jawabnya mengurangi diskon atau juga menggantinya”.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



## LEMBAR WAWANCARA PENGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI TEMBILAHAN KOTA

p) Responden 17 (Pembeli)

1) Identitas responden

Nama : Siti Zuwinda

Umur : 23 Tahun

Pendidikan : SMK

Agama: Islam

2) Pernyataan Responden

a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan *online shop*?

“Saya mendapatkan informasi *online shop* biasanya melalui *whatsapp*”.

b) Apakah ketika penjual promosi *online shop* nya, ada membanding-bandingkan dengan *onlineshop* lain?

“Tidak ada kak”.

c) Bagaimana cara anda memasang barang di *online shop*?

“Biasanya di *facebook* lewat *inbox*/kolom komentar dan bisa juga lewat *whatsapp*”.

d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan *online shop* nya?

“Ketika ada yang menjelekn *online shop* untuk penjual jangan ditanggapi abaikan saja”.

e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan *online shop*nya?

“Sangat penting agar kami para pembeli tidak merasa dirugikan”.

f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan, penerbitan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

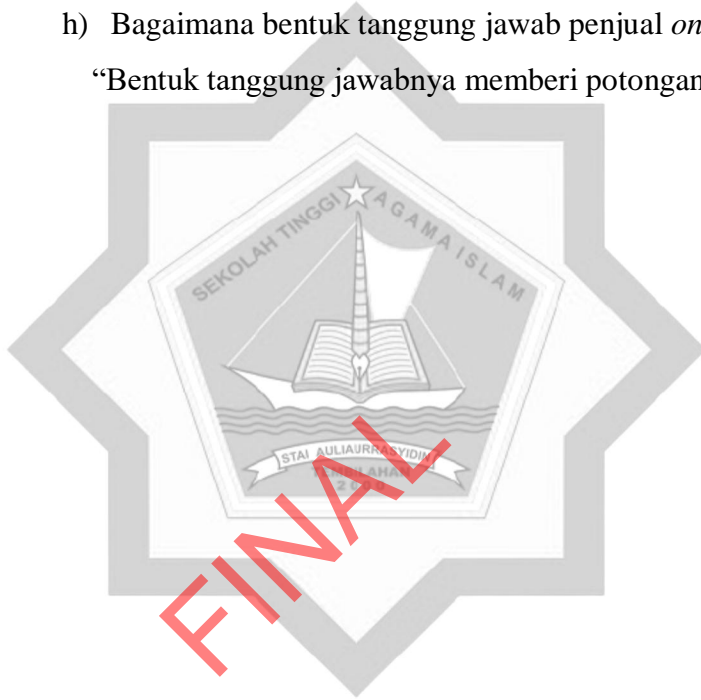
“Iya menggunakan pakaian yang sopan”.

g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?

“Ketika ada yang tidak sesuai selama ini penjual bertanggung jawab”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual *online shop*?

“Bentuk tanggung jawabnya memberi potongan harga”.



**STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN**



**LEMBAR WAWANCARA**  
**PENGGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI**  
**TEMBILAHAN KOTA**

q) Responden 18 (Pembeli)

1) Identitas responden

Nama : Sri Wahyuni

Umur : 20 Tahun

Pendidikan : SMA

Agama : Islam

2) Pernyataan Responden

a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan *online shop*?

“Cara saya mendapatkan informasi biasanya lewat *instagram* karena lebih keseringan liat-liat di *instagram*”.

b) Apakah ketika penjual promosi *online shop*nya, ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Tidak ada sih kak”

c) Bagaimana cara anda memasang barang di *online shop*?

“Saya memesannya biasanya keseringan di *whatsapp* lewat jalur pribadi”.

d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan *online shop*nya?

“Ketika ada yang menjelekan *online shop*, untuk penjual cukup jangan ditanggapi abaikan saja”.

e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan *online shop*nya?

“Nilai kejujuran itu penting agar kami pembeli tidak merasa ditipu supaya berlangganan terus”.

f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?

“Iya, pakaian yang sopan”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan



- g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?  
“Bertanggung jawab kak”.
- h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual *online shop*?  
“Bentuk tanggung jawabnya mengurangi diskon atau juga menggantinya”.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



**LEMBAR WAWANCARA**  
**PENGGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI**  
**TEMBILAHAN KOTA**

- r) Responden 19 (Pembeli)
- 1) Identitas responden

Nama : Mulyani  
Umur : 18 Tahun  
Pendidikan : MAN  
Agama : Islam
  - 2) Pernyataan Responden
    - a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan *online shop*?  
“Saya mendapatkan informasi, tergantung bisa di *instagram*, *facebook* dan juga di *whatsapp*”.
    - b) Apakah ketika penjual promosi *online shop*nya, ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?  
“Setahu saya tidak ada kak”
    - c) Bagaimana cara anda memasang barang di *online shop*?  
“Saya memesannya biasanya di *facebook* lewat *inbox*/kolom komentar dan bisa juga lewat *whatsapp*”.
    - d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan *online shop*nya?  
“Ketika ada yang menjelekan *onlineshop*nya untuk penjual didiamin aja jangan ditanggapi, tentu ada aja yang gak suka sama usaha kita jadi ya diabaikan saja ”.
    - e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan *online shop*nya?  
“Menurut saya penting, dengan begitu saya akan selalu berlangganan untuk memesan di *online shop*nya terus-terusan”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

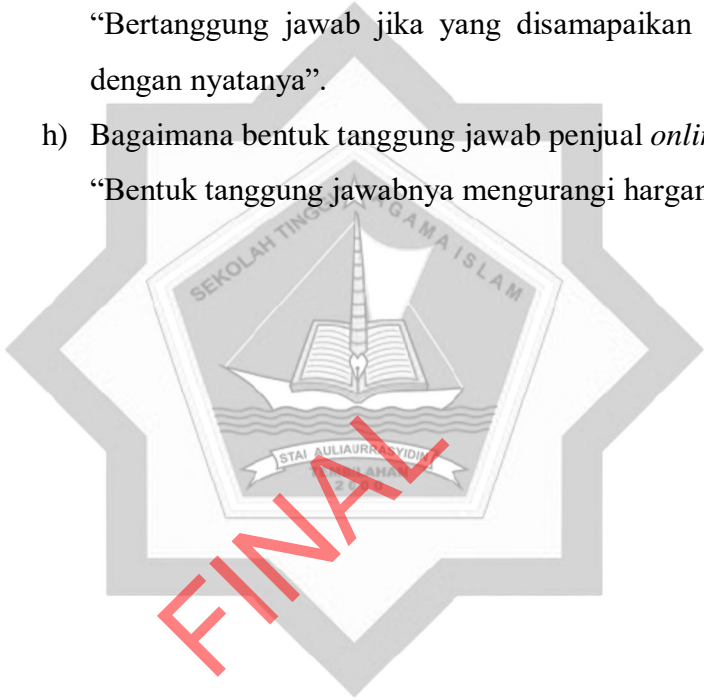
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilaan



- f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?  
“Iya para *owner* menggunakan pakaian yang sopan”.
- g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?  
“Bertanggung jawab jika yang disamapaikan tidak sesuai dengan nyatanya”.
- h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual *online shop*?  
“Bentuk tanggung jawabnya mengurangi harganya”.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



**LEMBAR WAWANCARA**  
**PENGGUNAAN *MARKETING MIX* PADA *ONLINE SHOP* DI**  
**TEMBILAHAN KOTA**

s) Responden 10 (Pembeli)

1) Identitas responden

Nama : Dewi Rosita

Umur : 20 Tahun

Pendidikan : SMA

Agama : Islam

2) Pernyataan Responden

a) Bagaimanakah cara anda mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan *online shop*?

“Cara saya mendapatkan informasi biasanya lewat *whatsapp*, lebih privat dan karena sudah langganan sama *online shop* nya”.

b) Apakah ketika penjual promosi *onlineshop*nya, ada membanding-bandingkan dengan *online shop* lain?

“Tidak ada para *owner* membanding-bandingkan ketika mereka promosi”

c) Bagaimana cara anda memasang barang di *online shop*?

“Saya memesannya biasanya lewat *whatsapp*”.

d) Bagaimanakah cara penjual menanggapi jika ada yang menjelekan *onlineshop* nya?

“Ketika ada yang menjelekan *online shop* untuk penjualnya dibiarin saja”.

e) Menurut kamu, seberapa penting nilai kejujuran ketika penjual mempromosikan *onlineshop*nya?

“Menurut saya penting, agar tidak ada yang merasa dirugikan”.

f) Apakah ketika penjual mempromosikan produknya menggunakan pakaian yang sopan?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan, penerjemahan, penyusunan laporan, penerjemahan atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilihan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilihan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

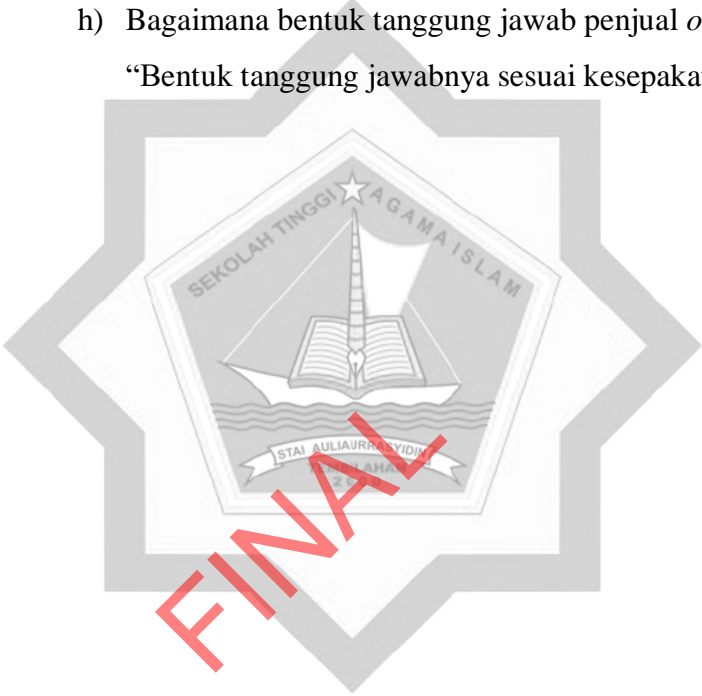
“Iya menggunakan pakaian yang sopan”.

g) Apakah penjual bertanggung jawab jika produk yang anda pesan tidak sesuai?

“Bertanggung jawab jika yang disampaikan tidak sesuai dengan nyatanya”.

h) Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual *onlineshop*?

“Bentuk tanggung jawabnya sesuai kesepakatan”



**STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN**



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



PEMERINTAH KABUPATEN INDRAGIRI HILIR  
KECAMATAN TEMBILAHAN  
KELURAHAN TEMBILAHAN KOTA  
Jalan Baharuddin Yusuf Nomor 08  
TEMBILAHAN

SURAT KETERANGAN REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 15 /Pemb. Masyarakat/VIII/2021/070

Lurah Tembilahan Kota Kecamatan Tembilahan, Berdasarkan Surat Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Indragiri Hilir Nomor : 070/BKBP-EKOSOSBUD/2021/177 Tanggal 06 Agustus 2021 Perihal Rekomendasi Penelitian dan Pengumpulan Data (Survey), dengan ini memberikan Rekomendasi Kepada :

Nama : PEBRIA SAFFITRI  
NIM : 1209.17.08266  
Program Studi/ Jenjang : Ekonomi Syariah /(S1)  
Lokasi Penelitian : Kelurahan Tembilahan Kota.

Untuk melakukan Penelitian serta Pengumpulan Data di Wilayah Kelurahan Tembilahan Kota yang berhubungan dengan Judul Penelitian/ Skripsinya yaitu :

"PENGUNAAN MARKETING MIX PADA ONLINE SHOP DI TEMBILAHAN KOTA."

Dengan Ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan Kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang tidak ada hubungannya dengan Penelitian dan Pengumpulan Data ini.
2. Pelaksanaan Penelitian Selama 3 (Tiga) Bulan terhitung mulai Tanggal 06 Agustus 2021 s/d 06 November 2021.
3. Mematuhi Protokol Kesehatan Covid-19 dalam melakukan Penelitian di lapangan.
4. Rekomendasi ini akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata Pemegang Rekomendasi tidak mentaati dan mengindahkan ketentuan sebagaimana tersebut diatas.
5. Apabila Pemegang Rekomendasi telah selesai melakukan penelitian, diwajibkan untuk melapor ke Kantor Kelurahan Tembilahan Kota.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Tembilahan Kota  
Pada Tanggal : 09 Agustus 2021

LURAH TEMBILAHAN KOTA





PEMERINTAH KABUPATEN INDRAGIRI HILIR  
KECAMATAN TEMBILAHAN  
KELURAHAN TEMBILAHAN KOTA  
Jalan Baharuddin Yusuf Nomor 08  
TEMBILAHAN

SURAT KETERANGAN

Nomor : 91 /Pemb. Masyarakat/XI/2021/070

Lurah Tembilahan Kota Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir, dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswi STAI Auliaurasyidin atas nama :

Nama : PEBRIA SAFITRI  
NIM : 1209.17.08266  
Program Studi/ Jenjang : Ekonomi Syariah / (S1)  
Lokasi Penelitian : Kelurahan Tembilahan Kota

Bahwa benar yang bersangkutan telah selesai melakukan penelitian mulai dari tanggal 06 Agustus s/d 06 November 2021 di Kelurahan Tembilahan Kota Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir untuk penyusunan Penelitian/ Skripsinya dengan judul "PENGUNAAN MARKETING MIX PADA ONLINE SHOP DI TEMBILAHAN KOTA."

Demikian Surat Keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Tembilahan Kota  
Pada Tanggal : 08 November 2021

LURAH TEMBILAHAN KOTA



IL ISMAHIL, S.I.P  
NIK. 19660717 198801 1 001



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



Ha

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



KEPUTUSAN KETUA STAI AULIAURRASYIDIN TEMBILAHAN  
Nomor : 099/KPTS/STAI-AUR/V/2021

Tentang

PENETAPAN JUDUL SKRIPSI MAHASISWA DAN PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI  
MAHASISWA PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH (ESy)  
STAI AULIAURRASYIDIN TEMBILAHAN  
TAHUN AKADEMIK 2020/2021

KETUA STAI AULIAURRASYIDIN TEMBILAHAN

Menimbang

- a. bahwa untuk kelancaran penelitian mahasiswa dan pelaksanaan tugas-tugas bimbingan Skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah (ESy) STAI Auliaurrasyidin Tembilahan perlu diadakan Dosen Pembimbing Skripsi di Program Studi Ekonomi Syariah STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
- b. sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka dirasa perlu untuk menetapkan judul Skripsi mahasiswa dan mengangkat Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah dengan Keputusan Ketua STAI Auliaurrasyidin Tembilahan.

Mengingat

1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Tahun 2003 Nomor 76, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4301);
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara RI Tahun 2013 Nomor 158, Tambahan Lembaran RI Nomor 5336);
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5500);
4. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Penetapan Pembidangan Ilmu dan Gelar Akademik di Lingkungan Perguruan Tinggi Agama;
5. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 232/U/2000 tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi dan Penilaian Hasil Belajar Mahasiswa;
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 394 Tahun 2003 tentang Pedoman Pendirian Perguruan Tinggi Agama ;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 358 Tahun 2004 tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi Agama Islam;
8. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2014 tentang Pendidikan Keagamaan Islam (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 822);
9. Peraturan Ketua Umum Yayasan Pendidikan Auliaurrasyidin Tembilahan Nomor 1 Tahun 2014 tentang Statuta STAI Auliaurrasyidin di Tembilahan.
10. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI Nomor 5254 Tahun 2015 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Ekonomi Syariah pada program sarjana PTKIS Tahun 2015.
11. Keputusan Ketua Yayasan Pendidikan Auliaurrasyidin Tembilahan Nomor 7/KPTS/YAYASAN-AUR/IV/2016, tentang Pengangkatan Ketua STAI Auliaurrasyidin Tembilahan Masa Jabatan 2016-2020.



## Hak Cipta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

tan

12. Keputusan BAN-PT Nomor 1157/SK/PAN-PT/Akred/5/IV/2019 tentang Status Akreditasi dan Peningkat Terakreditasi Program Studi Ekonomi Syariah.

Perhatikan : Keputusan Ketua STAI Auliaurasyidin Tembilahan Nomor 168/SK/STAI-URD/V/2007 dan Rapat Penetapan Pembimbing Skripsi Mahasiswa tanggal 22 Mei 2021.

## MEMUTUSKAN

- Menetapkan  
Pertama : Menetapkan Judul Skripsi Mahasiswa pada kolom (2) dan sebagai Pembimbing Skripsi pada kolom (3) untuk Skripsi Mahasiswa pada kolom (4) seperti terlampir pada Lampiran I Keputusan ini;
- Kedua : Sebelum melaksanakan penelitian dan penulisan skripsi, kepada mahasiswa yang bersangkutan wajib menaparkan proposal skripsi pada seminar proposal skripsi yang dihadiri oleh Dosen dan Mahasiswa.
- Ketiga : Peraturan tentang seminar proposal skripsi diatur dengan Peraturan Ketua STAI Auliaurasyidin.
- Keempat : Dalam melaksanakan penelitian dan penulisan Skripsi mahasiswa berpedoman pada peraturan yang berlaku di STAI Auliaurasyidin.
- Kelima : Setelah Halaman Judul pada Skripsi mahasiswa wajib dicantumkan lembar pernyataan yang ditandatangani oleh mahasiswa diatas materi Rp. 6000,- seperti terlampir pada lampiran II.
- Keenam : Bimbingan yang diberikan oleh Pembimbing berdasarkan pada Peraturan Penulisan dan Penilaian Skripsi pada STAI Auliaurasyidin Tembilahan dan Buku Pedoman Penulisan Skripsi.
- Ketujuh : Dalam melaksanakan tugasnya Dosen Pembimbing menerima honorarium berdasarkan peraturan perundangan yang berlaku;
- Kedelapan : Segala biaya yang timbul akibat Keputusan ini dibebankan kepada STAI Auliaurasyidin Tembilahan;
- Kesembilan : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan jika dikemudian hari terdapat kekeliruan, akan diadakan perbaikan seperlunya;
- PETIKAN : Keputusan ini masing-masing diberikan kepada yang bersangkutan.

DITETAPKAN DI : TEMBILAHAN  
PADA TANGGAL : 24 MEI 2021



KETUA,

SYARIFUDIN, S.Pd.I., M.Pd.I.  
NIDN. 2109068302



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

### Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan


### LAMPIRAN I : KEPUTUSAN KETUA STAI AULIAURRASYIDIN TEMBILAHAN

NOMOR : 099/KPTS/STAI-AUR/V/2021  
TANGGAL : 24 MEI 2021

NO. (1)	JUDUL SKRIPSI MAHASISWA (2)	PENGIMBING (3)	NAMA DAN NIRM MAHASISWA (4)	KET. (5)
1.	PENGGUNAAN MARKETING MIX PADA ONLINE SHOP DI TEMBILAHAN KOTA.	FERDINAN, S.Pd., M.Pd.	PEBRIA SAFITRI 1209.17.08266	
2.	PENENTUAN HARGA PENJUALAN SAYUR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI PEDAGANG SAYUR PASAR PULAU KIJANG).	FERDINAN, S.Pd., M.Pd.	LAILATUL MAGHFIRAH 1209.17.08251	
3.	PENGARUH BAHAN MENTAH DAN MODAL TERHADAP PENDAPATAN RUMAH INDUSTRI KRIPIK AMPLANG UNDANG NAYA IBU EVI MURLINDA DI TEMBILAHAN.	SAP'IN, S.E.I., M.E.Sy.	MURNAMATI 1209.17.08294	

DITETAPKAN DI : TEMBILAHAN  
PADA TANGGAL : 24 MEI 2021



**KETUA**  
  
SYARIFUDIN, S.Pd.I., M.Pd.I.  
NIDN. 2105068302



## DOKUMENTASI



Transaksi penjual dan pembeli *online shop*



Transaksi penjual dan pembeli *online shop*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAL Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAL Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAL Auliaurasyidin Tembilahan



Wawancara Penjual *Online shop*



Wawancara pembeli *Online shop*

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



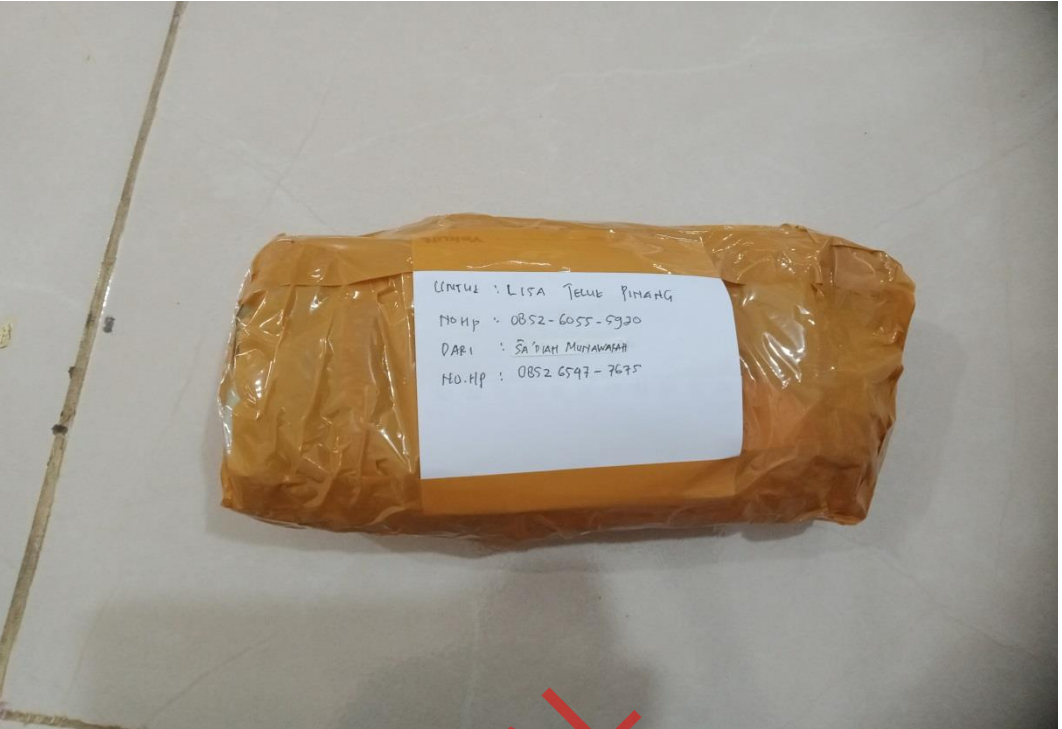


### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

### © Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



Barang yang akan dikirim ke daerah



Barang yang akan dikirim ke daerah



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Pebria Safitri , lahir di Tembilahan pada tanggal 14 Februari 1998. Penulis adalah putri dari pasangan Abdul Jalil dan Mariah yang lahir sebagai anak keempat dari lima bersaudara. Riwayat pendidikan penulis bermula di Madrasah Ibtidaiyah Nurul Jihad Tembilahan yang tamat pada tahun 2010.

Kemudian melanjutkan Madrasah Tsanawiyah Nurul Jihad Tembilahan yang tamat pada tahun 2013. Setelah itu penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 01 Tembilahan Kota yang tamat pada tahun 2016. Penulis melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi pada tahun 2017 tepatnya di salah satu Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Auliaurrasyidin Tembilahan di Program Studi Ekonomi Syariah. Pada bulan september hingga oktober 2020 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KUKERTA) di Desa Idaman Dusun Mandian Kecamatan GAS dan telah melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Tour Travel Mulia Kencana Riau pada bulan maret 2021.

## © Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan