

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL DAN KEBUDAYAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM
DAFTAR No. :**

**ABSTRAK
SKRIPSI SARJANA EKONOMI**

**NAMA : PRASKIDILA TRI CAHYANINGSARI
NIM : 041014130
TAHUN PENYUSUNAN : 2014**

JUDUL :

**Implementasi *Dropshipping* Produk *Fashion* Muslim Dalam *Online Shop*
Berdasarkan Karakteristik Pemasaran Syariah Di Surabaya**

ISI :

Pemasaran melalui internet disebut juga sebagai pemasaran langsung. Pemasaran langsung merupakan bagian dari penjual eceran tanpa toko. Salah satu bagian dari pengecer tanpa toko adalah *online shopping*, dimana penjualannya melalui *online*. Aktivitas yang ada di dalam *online shopping* yaitu *dropshipping*. *Dropshipping* adalah sistem penjualan produk yang dilakukan secara *online* tanpa harus memiliki modal, di mana *supplier* akan mengirim pesanan kepada pembeli atas nama *reseller*. Karena pemasaran merupakan fungsi penting sebuah perusahaan untuk mempertahankan kegiatan usahanya, maka pemasaran syariah berperan dalam seluruh kegiatan pemasarannya. Dalam hal ini, karakteristik pemasaran syariah (*teistis, etis, realistis, dan humanistis*) menjadi panduan bagi pemasar muslim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi bauran pemasaran pada aktivitas *dropshipping* produk *fashion* muslim dalam *online shop* berdasarkan karakteristik pemasaran syariah di Surabaya.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus. Informan penelitian didapat dari para pelaku bisnis *online shop* yang menerapkan sistem *dropshipping*. Pengumpulan data dilakukan dengan mengaitkan antara pertanyaan yang diajukan, data yang diperoleh dengan kesimpulan hasil wawancara dengan *supplier, reseller, dan pembeli*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa implementasi bauran pemasaran pada aktivitas *dropshipping* yang belum memenuhi landasan karakteristik pemasaran syariah yaitu, *produk* (tidak menampilkan produk yang sebenarnya, hanya menggunakan katalog foto sehingga menimbulkan asimetris informasi), *promosi* (masih banyak yang melakukan *spam*), *orang* (pemberian pelayanan yang tidak maksimal), dan *proses* (tidak memperhatikan kesepakatan atau perjanjian yang terjadi antara *supplier* dan *reseller*, sehingga sulit untuk mendapatkan informasi yang terbaru).

Kata kunci: Pemasaran, Pemasaran Langsung, Penjual Eceran, Penjual Tanpa Toko, Karakteristik Pemasaran Syariah, Jual Beli-Wakalah, Salam, Online Shop, Dropshipping.