

ABSTRAK

Persaingan bisnis di era serba digital saat ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Penggunaan media digital dalam aktivitas pemasaran dinilai cukup efektif guna mendorong kegiatan promosi yang mana hal tersebut akan berdampak pada semakin luasnya segmentasi pasar yang dituju. Kawasan kelurahan talang jambe merupakan kawasan strategis dengan sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai pedagang. Dalam aktivitas bisnisnya tentu terdapat persaingan antar toko, namun persaingan bisnis bukan hanya terjadi diwilayah sekitar saja, pelaku usaha memiliki pesaing dengan para toko online lainnya yang menjual produk lebih menarik dan murah. Belum lagi minat masyarakat terhadap belanja online juga cukup tinggi hal ini disebabkan karena kemudahan transaksi serta dapat menghemat waktu saat berbelanja. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh pelaku usaha retail pakaian dan aksesoris di kelurahantalang jambe dalam meningkatkan daya saing dagang di era digital, dengan mengkajinya lebih dalam melalui prespektif pemasaran syariah. Adapun metode penelitian yang digunakan yakni metode penelitian kualitatif melalui wawancara dan observasi secara langsung terhadap pelaku usaha retail pakaian dan aksesoris di kelurahan talang jambe. Hasil penelitian menunjukkan dalam penerapan strategi pemasaran melalui media digital dinilai belum optimal, masih banyak toko yang berfokus menggunakan strategi pemasaran secara tradisional melalui penggunaan banner maupun promosi dari mulut-kemulut, jika ditinjau dari prespektif pemasaran syariah pemasaran yang dilakukan sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah

Kata Kunci : Era digital, Persaingan bisnis, Pemasaran Syariah

ABSTRACT

Business competition in the current digital era requires business actors to have the right marketing strategy in order to compete with other competitors. The use of digital media in marketing activities is considered quite effective in encouraging promotional activities, which will have an impact on expanding the target market segmentation. The Kelurahan Talang Jambe area is a strategic area with most of the population working as traders. In business activities, of course there is competition between shops, but business competition does not only occur in the surrounding area, business actors have competitors with other online shops that sell more attractive and cheaper products. Not to mention that people's interest in online shopping is also quite high, this is due to the ease of transactions and the ability to save time when shopping. Therefore, researchers conducted research with the aim of finding out how marketing strategies are used by clothing and accessories retail businesses in Kelurahan Talang Jambe to increase trade competitiveness in the digital era, by examining it more deeply from a sharia marketing perspective. The research method used is a qualitative research method through interviews and direct observation of clothing and accessories retail businesses in Kelurahan Talang Jambe. The research results show that the implementation of marketing strategies through digital media is considered not optimal, there are still many shops that focus on using traditional marketing strategies through the use of banners and word-of-mouth promotions, if viewed from a sharia marketing perspective, the marketing carried out is in accordance with sharia principles.

Keywords: *Digital era, business competition, sharia marketing*