

ABSTRACT

Fiqh Marketing Review in The Marketing Strategy of Jari Hitam Ecoprint Bandung

Febi Nurhikmah

422021328046

Jari Hitam Ecoprint Bandung is an environmentally friendly printing industry that adopts a marketing approach based on Fiqh Marketing principles. This study aims to analyze how the marketing strategies implemented by Jari Hitam Ecoprint Bandung align with Fiqh Marketing principles, including honesty (*sidq*), transparency (*bayan*), justice (*‘adl*), and sustainability (*istimrar*). This research employs a qualitative approach using a case study method, with data collected through in-depth interviews with the business owner and an analysis of their digital marketing activities, such as Instagram, YouTube, Facebook, WhatsApp, e-commerce platforms (Shopee, PaDi UMKM), and SEO optimization on their official website. The findings reveal that Jari Hitam Ecoprint Bandung applies Fiqh Marketing principles through transparency in pricing and raw materials, market education on sustainability via storytelling marketing, and collaboration with communities and educational institutions to expand its market reach. However, the main challenges in implementing ethics-based marketing are the low consumer awareness of green products and the higher selling price compared to conventional products. In conclusion, Jari Hitam Ecoprint Bandung’s marketing strategy aligns with Fiqh Marketing principles, particularly in terms of transparency and sustainability. To enhance competitiveness, further efforts are needed to educate consumers on the ethical values and benefits of ecoprint products, as well as to diversify digital marketing strategies to reach a broader market segment.

Keywords: *Fiqh Marketing, Marketing Strategy, Jari Hitam Ecoprint, Sustainable Marketing, Environmentally Friendly Printing Industry.*

ABSTRAK

Tinjauan Fiqh Pemasaran Terhadap Strategi Pemasaran Jari Hitam Ecoprint Bandung

Febi Nurhikmah

422021328046

Jari Hitam Ecoprint Bandung merupakan industri percetakan ramah lingkungan yang mengadopsi prinsip pemasaran berbasis Fiqh Marketing. Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Jari Hitam Ecoprint Bandung sesuai dengan prinsip-prinsip fiqh marketing, termasuk kejujuran (*sidq*), transparansi (*bayan*), keadilan (*‘adl*), dan keberlanjutan (*istimrar*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik bisnis serta analisis aktivitas pemasaran digital yang digunakan, seperti Instagram, YouTube, Facebook, WhatsApp, e-commerce (Shopee, PaDi UMKM), serta optimasi SEO pada website resmi mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jari Hitam Ecoprint Bandung menerapkan prinsip Fiqh Marketing melalui transparansi dalam harga dan bahan baku, edukasi pasar tentang keberlanjutan melalui storytelling marketing, serta kolaborasi dengan komunitas dan institusi pendidikan untuk memperluas pasar. Namun, tantangan utama dalam penerapan pemasaran berbasis etika ini adalah kurangnya kesadaran konsumen terhadap produk hijau dan harga jual yang lebih tinggi dibandingkan produk konvensional. Kesimpulannya, strategi pemasaran Jari Hitam Ecoprint Bandung telah selaras dengan prinsip Fiqh Marketing, khususnya dalam aspek transparansi dan keberlanjutan. Untuk meningkatkan daya saing, perlu dilakukan upaya lebih lanjut dalam memperluas edukasi konsumen mengenai nilai etis dan manfaat dari produk ecoprint, serta diversifikasi strategi pemasaran berbasis digital agar dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: *Fiqh Marketing, Strategi Pemasaran, Jari Hitam Ecoprint, Pemasaran Berkelanjutan, Industri Percetakan Ramah Lingkungan.*