

Sifa, Fauziah. 2019. Strategi promosi Berbasis Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Produk ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura. Pembimbing Lailatul Qadariyah, S.E.I., M.E.I.

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI BERBASIS MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PRODUK DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus *Online Shop* Hima Fashion Dusun Dorocilik RT 03 RW 09 Desa baturono Kec.
Sidodadi kab. Lamongan)

Pada era digital saat ini banyak dilakukan promosi di media sosial karena dirasa dapat membantu memperkenalkan produk yang ditawarkan. Hima Fashion sebagai salah satu usaha yang bergerak pada *fashion* muslim mempromosikan produk melalui media sosial yaitu *facebook* dan *instagram*. Dalam pandangan islam kegiatan pemasaran adalah konsep yang mengedepankan nilai-nilai etika dan moral. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan bagaimana hasil dari analisis strategi promosi berbasis media sosial di Hima Fashion dan bagaimana strategi promosi melalui media sosial ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Bersumber dari data primer diperoleh dari lapangan yaitu data yang diperoleh saat melakukan penelitian di Hima Fashion dan didukung dengan data sekunder. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi yang diperoleh dari Hima Fashion sebagai objek penelitian yang kemudian data tersebut di analisis dengan menggunakan pola berfikir induksi.

Hasil penelitian ini adalah strategi promosi melalui media sosial yang dilakukan Hima Fashion dalam meningkatkan penjualan produk dengan menggunakan *facebook* pribadi dan *instagram* melalui 4 cara yaitu *Give away*, *endorse*, *paid promote* dan *ig ads* melalui media yang ada dapat meningkatkan penjualan karena makin banyak masyarakat yang mengetahui adanya Hima Fashion. Sedangkan strategi promosi berbasis media sosial menurut perspektif ekonomi islam diperbolehkan karena melakukan strategi promosi yang berlandaskan nilai kejujuran dan apa adanya tanpa ada unsur rekayasa hanya untuk menarik minat pembeli dan Tanpa adanya unsur membohongi, menipu, melebih-lebihkan, melakukan tindakan-tindakan yang dapat merugikan salah satu pihak.

Kata Kunci : *pemasaran, pemasaran dalam islam, promosi, dan penjualan.*

ABSTRACT

**PROMOTION STRATEGY BASED ON SOCIAL MEDIA IN IMPROVING SALES OF
PRODUCTS VIEWED FROM ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE**

(Case Study : Hima Fashion Online Shop Dusun Dorocilik RT 03 RW 09 Desa baturono Kec. Sidodadi kab. Lamongan)

Technology development that more and more sophisticated facilitate business people in marketing product. In the digital era, promotion is taking place in social media because it can help to introducing offered products. Hima Fashion Lamongan as one of business that active in Muslim fashion promoting products through social media ,that are Facebook and Instagram. Based on Islam, marketing activities is a concept that prioritize ethical and moral values and should not conflict with muamalah principle. This research was conducted to describe how analysis of social media-based promotion strategies's results in Hima fashion and how the promotion strategies through Hima Fashion social media are reviewed from Islamic economics perspective in increasing sales.

This research uses descriptive qualitative research methods. Based on the primary data that obtained from case study in Hima Fashion Lamongan and supported by secondary data that strengthened by literature as a support for this research. By using data collection techniques through interviews and documentation obtained from Hima Fashion Lamongan as the object of research, then the data is analyzed using induction thinking patterns.

The results of this study is promotional strategi through social media by Hima Fashion in increasing product sales using personal facebook and instagram through 4 ways, that are Give away, endorse, paid promote and ig ads through the media can increase sales because more and more people know Hima Fashion. While the social media-based promotion strategy according to the Islamic economics perspective is permitted because it carries out a promotion strategy that bases on honesty and without any elements like lying, cheating, exaggerating, taking actions that can be detrimental one of the parties.

Keywords: *marketing, marketing in Islam, promotion, and sales.*