

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI GIVEAWAY DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

**(Studi Kasus *Online Shop* Rita Fashion Desa Sendangrejo, Kecamatan
Parengan, Tuban)**

Strategi pemasaran merupakan suatu cara yang dilakukan seorang pengusaha untuk memasarkan produknya. *Giveaway* adalah salah satu model pemasaran baru yang saat ini menjadi trend kalangan pebisnis *online shop*. Jika *giveaway* dilakukan dengan benar dan tepat maka akan berdampak pada peningkatan penjualan dan pendapatan. Dalam strategi pemasaran melalui *giveaway* ini harus dilakukan dengan memperhatikan etika-etika pemasaran dalam Islam, yakni jujur dan terpercaya, menggunakan bahan yang berkualitas, dan senantiasa ramah dalam melayani pembeli. Jika pemasaran dijalankan sesuai dengan ajaran agama Islam, maka hal tersebut bukan hanya akan mendapatkan keuntungan saja, tetapi akan mendatangkan keberkahan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara semi terstruktur dan dokumentasi. Data diperoleh dari pihak Rita Fashion selaku penyelenggara event *giveaway*, pelanggan dan peserta *giveaway*. Teknik analisis data menggunakan *data reduction*, *data display*, dan *verification*.

Hasil penelitian tentang analisis strategi pemasaran melalui *giveaway* dalam meningkatkan penjualan ditinjau dari perspektif ekonomi Islam adalah sebagai berikut: *Pertama*, pada saat *online shop* Rita Fashion melakukan strategi pemasaran melalui *giveaway* terjadi peningkatan jumlah *followers* dan juga penjualan, yang mengakibatkan pendapatan meningkat. *Kedua*, *online shop* Rita Fashion sudah sesuai dengan nilai-nilai pemasaran dalam Islam, dimana dalam melakukan penjualan *online shop* Rita Fashion jujur dan terpercaya, menggunakan bahan yang berkualitas, dan senantiasa ramah dalam melayani pembeli. Strategi pemasaran melalui *giveaway* ini bisa dikatakan sebagai salah satu bentuk dari sayembara yang modern. Karena secara praktek *giveaway* memberikan syarat untuk peserta harus melakukan pekerjaan *spam like* dan *spam komen*, hal tersebut juga ada dalam rukun dan syarat dari akad *ju'alah* (sayembara).

Kata Kunci : Giveaway, Penjualan, Pemasaran Dalam Islam.

ABSTRACT

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES THROUGH GIVEAWAY IN INCREASING SALES IS VIEWED FROM THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMICS

**(Case Study of Online Shop Rita Fashion Sendangrejo Village, Parengan
Subdistrict, Tuban)**

Marketing strategy is a way that an entrepreneur does to market his product. Giveaway is one of the new marketing models that is currently a trend among online shop businessmen. If the giveaway is done correctly and right it will have an impact on increasing sales and income. In this giveaway marketing strategy, it must be done by paying attention to marketing ethics in Islam, namely honest and trustworthy, using quality materials, and always being friendly in serving buyers. If marketing is carried out in accordance with the teachings of Islam, it will not only benefit, but will bring blessings.

The research method used in this study is a qualitative research method that is descriptive qualitative. The method of data collection in this study uses semi-structured interview method and documentation. Data was obtained from Rita Fashion as the organizer of the giveaway event, customers and giveaway participants. Data analysis techniques using data reduction, data display, and verification.

The result of the research on the analysis of marketing strategies through giveaway in increasing sales viewed from the perspective of Islamic economics are as follow: First, when online shops Rita Fashion does a marketing strategy through giveaway there is an increase in the number of followers and also sales, which results in increased income. Second, online shop Rita Fashion is in line with the curious values marketing in Islam, where in conducting online shop sales, Rita Fashion is honest and trustworthy, uses quality materials, an is always friendly in serving buyers. This marketing strategy through giveaway can be said as one of the forms of a modern contest. Because giveaway provides conditions for participants to do sapam like and span comments, it is also in harmony and the terms of the akad ju'alah (contest).

Keywords: Giveaway, Sales, Marketing in Islam.