

ABSTRAK

Pertumbuhan pemasaran kini sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Sehingga terbentuklah dunia pemasaran *online*, salah satunya yaitu model *marketing shoutout for shoutout* yang dilakukan oleh *online shop* dengan saling mempromosikan antar sesama *online shop* dengan syarat utama produk yang ditawarkan berbeda. Model *marketing* ini merupakan salah satu program unggulan yang ditawarkan oleh Lampungfs.

Peristiwa yang diangkat penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model *marketing* penyedia dan pengguna layanan *shoutout for shoutout* di Lampungfs dalam perspektif Etika Promosi Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan studi kasus. Narasumber dari penelitian ini adalah penyedia *marketing shoutout for shoutout* dan pelaku *online shop* sebagai member yang melakukan kegiatan *sounding* di Lampungfs. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan wawancara semi terstruktur.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa model *marketing shoutout for shoutout* pada *online shop* di media sosial instagram sangatlah membantu dalam proses promosinya ke masyarakat luas, namun jika ditinjau dalam perspektif etika bisnis islam terdapat empat indikator yang perlu diterapkan dalam proses pemasarannya yaitu jujur dan adil, rendah hati, produk yang dijual jelas dan sesuai syariat islam.

Kata kunci: Internet Marketing, Instagram, *Shoutout for shoutout*, Etika Promosi Islami

ABSTRACT

The growth of marketing is now strongly affected by the technological development. So, it is formed the world of online marketing, the one of them is the model of marketing for shoutout which is organised by online shop by promoting each other among the fellow online shop with the main requirement, the product which is offered is different. This marketing model is the one of exclusive program which is offered by Lampungfs.

This phenomenon that is appointed in this research purposes to analyse marketing model of provider and user of the shoutout for shoutout service in Lampungfs in the Perspective of Islamic Promotion Ethics. The method which is used in this research is the method of descriptive qualitative with a case study. The informant of this research is the provider of shoutot for shoutout marketing and the doer of online shop as the member who does sounding activity in Lampungfs. The techniques of collecting the data are by using the documentation and semi-structured interview.

The result of this research shows that marketing model of shoutout for shoutout at online shop in social media of instagram is more helpful in the process of promotion to the wide society, but if it is viewed in the perspective of Islamic Promotion Ethics, there are four indicators which is needed to be applied in the process of marketing, they are honest and fair, humble, the product which is sold is clear and appropriate to the Islamic law.

Keywords: *Marketing Internet, Instagram, Shoutout for shoutout, Islamic Promotion Ethics.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAFTAR TRANSLITERASI

Penulisan skripsi ini menggunakan transliterasi Arab-Indonesia yang ditetapkan dalam pedoman teknik penulisan skripsi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura sebagai berikut:

NO	ARAB	INDONESIA	ARAB	INDONESIA
1	ا	,	ط	t{
2	ب	B	ظ	z{
3	ت	T	ع	‘
4	ث	Th	غ	Gh
5	ج	J	ف	F
6	ح	h{	ق	Q
7	خ	Kh	ك	K
8	د	D	ل	L
9	ذ	Dh	م	M

10	ر	R	ن	n
11	ز	Z	و	W
12	س	S	ه	h
13	ش	Sh	ء	,
14	ص	s{	ي	y
15	ض	d{		

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang madd ditulis dengan coretan horizontal (*macron*) di atas huruf a<, i< dan u<. Bunyi hidup dobel (*diftong*) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf ay dan aw. Bunyi hidup (*vocalization* atau *harakah*) huruf konsonan akhir sebuah kata tidak dinyatakan dalam transliterasi. Transliterasi hanya berlaku pada huruf konsonan akhir tersebut.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIASI.....	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
HALAMAN PERSEMBAHAN	xii
MOTTO	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Sistematika Pembahasan.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

1. <i>Bisnis Online</i>	10
2. <i>Marketing and Promotion</i>	11
3. <i>Online Shop</i>	18
4. <i>Social Media Marketing</i>	20
5. <i>Shoutout for Shoutout</i>	24
6. <i>Marketing Syariah</i>	26
7. <i>Etika Promosi Islami</i>	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	38
B. Sumber Data	40
C. Metode Pengumpulan Data.....	41
D. Metode Analisis Data	46

BAB IV PEMBAHASAN

A. Profil Lampungsfs	49
1. Gambaran Umum Lampungsfs.....	49
2. Visi dan Misi Lampungsfs.....	51
3. Logo Lampungsfs	51
4. Kontak dan Lokasi Lampungsfs	52
5. Struktur Usaha Lampungsfs	52
B. Model <i>Marketing Shoutout for Shoutout</i> pada <i>Online Shop</i> dalam Perspektif Etika Promosi Islami	54
1. Model <i>Marketing Shoutout for Shoutout</i> pada <i>Online Shop</i>	54
2. Analisis Model <i>Marketing Shoutout for Shoutout</i> pada <i>Online Shop</i> dalam Perspektif Etika Promosi Islami.....	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA	75
-----------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Perbedaan Bisnis Online dengan bisnis fisik	10
Tabel 2: Hasil wawancara dengan member Lampungsfs.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Pencarian Sfs di instagram	26
Gambar 2: Profil Instagram Lampungsfs	49
Gambar 3: Logo Lampungsfs.....	51
Gambar 4: Struktur Usaha Lampungsfs	53
Gambar 5: Grup <i>Line</i> “Tutorial Grup” Lampungsfs	57
Gambar 6: Grup <i>Line</i> Lampungsfs.....	58
Gambar 7: Grup <i>Sounding</i>	60
Gambar 8: Model Marketing <i>Shoutout for Shoutout</i>	61
Gambar 9: Model Marketing <i>Shoutout for Shoutout</i>	61
Gambar 10: Model Marketing <i>Shoutout for Shoutout</i>	62
Gambar 11: Model Marketing <i>Shoutout for Shoutout</i>	62
Gambar 12: Model Marketing <i>Shoutout for Shoutout</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara dengan Lampungfs	81
Lampiran 2 Pedoman Wawancara dengan member Lampungfs	82
Lampiran 3 Bukti Wawancara dengan Lampungfs	83
Lampiran 4 Bukti Wawancara dengan Lampungfs	84
Lampiran 5 Bukti Wawancara dengan @buburjagung_mitha	85
Lampiran 6 Bukti Wawancara dengan @killa_babyshop	86
Lampiran 7 Bukti Wawancara dengan @strawberry_sprei	87
Lampiran 8 Bukti Wawancara dengan @duniaflanelbdl	88
Lampiran 9 Bukti Wawancara dengan @tokokuebening	89
Lampiran 10 Bukti Wawancara dengan @ayshopbdl	90