

ABSTRAK

Tumbuhnya teknologi dan informasi yang semakin pesat, banyak para pelaku bisnis dalam menjalankan roda pemasarannya memanfaatkan internet untuk melakukan kegiatan promosi penjualannya dengan media *online* Instagram. salah satu kegiatan promosi *online* adalah layanan jasa *paid promote* berbayar. Gallery sepatu Badkidstore salah satunya yang memiliki *online shop* sekaligus penyedia jasa *paid promote* dengan tujuan membantu *online shop* lain untuk mempercepat promosi produk sehingga potensi penjualan semakin meningkat.

Peristiwa yang diangkat penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model marketing penyedia jasa layanan *paid promote* gallery sepatu Badkidstore pada *online shop* yang ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Informan dalam penelitian ini adalah penyedia jasa *paid promote*, dan pelaku *online shop* sebagai konsumen yang menggunakan jasa *paid promote*. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan wawancara semi terstruktur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model marketing *paid promote* yang dilakukan Badkidstore di media sosial Instagram bagi *online shop* sangatlah membantu dalam proses promosinya ke masyarakat luas, namun jika ditinjau dari perspektif ekonomi Islam terdapat empat indikator yang perlu diterapkan dalam proses pemasarannya yaitu jujur dan adil, produk yang baik mutunya, rendah hati, dan penetapan harga yang sesuai.

Kata kunci: Internet Marketing, Instagram, Paid Promote, Ekonomi Islam

ABSTRACT

The growth of technology and information increase rapidly, many business people in running the wheels of marketing use the internet to conduct sales promotion activities by online media instagram. One of the online promotional activities is paid promote service. Gallery Badkidstore shoes one of which has an online shop as well as service providers promote with the aim of helping other online shops to accelerate product promotion so that the potential sales can be increase.

Events raised this research rained to analyze the marketing model of service providers paid promoting Gallery Badkidstore shoes on the online shop from the perspective of Islamic economics. The method used in this research is descriptive qualitative method with case study approach. Informants in this research is the providers of paid promote service, and online shopper as a consumer who uses paid promote service. Data collection techniques use semi-structured documentation and interviews.

The results of his study indicate that the marketing model paid promote by Badkidstore in social media instagram for online shop is very helpful in the process of promotion to the public, but if viewed from the perspective of Islamic economics there are four indicators which need to be applied in marketing process that is honest and fair, product which is of good quality, humble, and appropriate pricing.

Keywords: Internet Marketing, Instagram, Paid Promote, Islamic Economy