

**PERAN STRATEGI PROMOSI SISTEM INFLUENCER ENDORSEMENT
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DITINJAU DARI MARKETING
SYARIAH**

(Studi Kasus Pada Produk Kecantikan Scarlet whitening)

TESIS

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Magister Dalam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

DEWI SUCI LESTARI
(925.008.19.006)

PASCASARJANA

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

KEDIRI 2023

MOTO

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُنْيَانٌ

مَّرْصُومٌ

“Sesungguhnya Allah SWT sangat mencintai orang-orang yang berjuang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur yang seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kukuh” (Q.S. Ash-Shaff: 4)

ABSTRAK

DEWI SUCI LESTARI, Dosen Pembimbing I Dr. AHMAD SYAKUR, Lc., M.E.I. Dan Pembimbing II Dr. Andriani, M.M. Peran Strategi Promosi Influencer Endorsement Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Marketing Syariah, Ekonomi Syari'ah. IAIN Kediri, 2023.

Kata Kunci: Strategi promosi, Endorsement, Marketing Syariah.

Perkembangan dunia Bisnis dewasa ini sudah sangat pesat, mulai dari jenis jenis produk yang dijual, harga bahkan system pemasarannya. Salah satu cara pelaku dalam bertahan adalah dengan menarik sebanyak-banyaknya konsumen untuk membeli dan mendapatkan barang produksinya dengan cara menggiatkan system pemasaran atau promosi suatu produk. Cara promosi atau pemasaran yang sedang trend dikalangan pelaku bisnis ini salah satunya dengan system endorsement, system sudah terbukti bisa menarik banyak konsumen akan suatu produk yang dipasarkan. Dalam hal ini perusahaan scarlett yang bergerak pada bidang produk kecantikan local juga menerapkan system ini.

Perusahaan Scarlet Whitening disini menerapkan system endorsement dimana influencer yang di endorsement adalah artis artis korea sebenarnya bukan hanya dari artis korea saja tetapi banyak dari artis artis atau selebgram yang sedang naik daun seperti sarwendah, fadil jaidi, hingga agnes monica. Meskipun tidak membrandingkan sebagai system promosi marketing syariah, akan tetapi peneliti mencoba melihat sudut pandang dari segi syariah. Dimana sasaran pembeli atau konsumen perusahaan ini kebanyakan adalah orang orang yang beragama Islam, sedangkan influencer korea adalah kebanyakan orang yang beragama non muslim.

Untuk itu, penelitian ini akan menjawab beberapa persoalan yakni: Bagaimana strategi promosi Influencer endorsement Perusahaan Scarlett Whitening? Bagaimana strategi promosi Influencer endorsement Perusahaan Scarlett Whitening di tinjau dari marketing syariah?

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan penelitian studi kasus. Sumber data berupa data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) strategi promosi Influencer endorsement Perusahaan Scarlett Whitening secara optimal dan efektif melalui media social dan marketplace dan *e-commerce*. (2) strategi promosi Influencer endorsement Perusahaan Scarlett Whitening dapat disimpulkan bahwa karakteristik marketing syariah seperti : Ketuhanan (*Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiyah*). Realistis (*Al Waqi'iyah*), Humanistis (*Al Insaniyah*) telah diimplementasikan oleh Perusahaan Scarlett Whitening