

**STRATEGI PROMOSI PEDAGANG ONLINE DITINJAU DARI  
ETIKA BISNIS ISLAM DAN MARKETING SYARIAH (STUDI  
KASUS PANDA LOVELY DI *MARKETPLACE* SHOPEE)**

**Tesis**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Magister dalam  
program Studi Ekonomi Syariah



**Oleh**

**TARITSA RIZQI AWALIA**

**NIM 92501020007**

**PASCASARJANA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) KEDIRI  
2023**

## PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

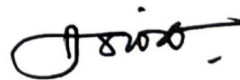
Tesis ini dengan judul “STRATEGI PROMOSI PEDAGANG ONLINE DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DAN MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS PANDA LOVELY DI *MARKETPLACE* SHOPEE)” ini telah diperbaiki sebagaimana mestinya dapat disahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E) Pascasarjana IAIN Kediri pada tanggal 1 Desember 2023.

Tim penguji:

1. Dr. Muhamad Yasin, S.Ag, M.Pd (Ketua Sidang)
2. Dr. Andriani, MM (Penguji Utama)
3. Dr. Ahmad Syakur, M.EI (Penguji 1)
4. Dr. Jamaludin Acmad Kholik, MA (Penguji 2)



Kediri, 12 Januari 2024  
Mengetahui  
Direktur Pascasarjana IAIN Kediri



Prof. Dr. H. Moh. Asror Yusuf, M.Ag  
NIP 197506132003121004

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : TARITSA RIZQI AWALIA

NIM : 92501020001

Program studi : Ekonomi Syariah

Judul Penelitian : Strategi Promosi Pedagang Online Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus Panda Lovely di *Marketplace* Shopee)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar rujukan.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Kediri, 1 Desember 2023  
Hormat saya,

Taritsa Rizqi Awalia

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ؕ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ ؕ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An Nisa: 29)

## ABSTRAK

Taritsa Rizqi Awalia, 2023, Strategi Promosi Pedagang Online Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus Panda Lovely di *Marketplace* Shopee), Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Kediri, Dosen Pembimbing: 1. Dr. Ahmad Syakur, M.EI dan Dosen Pembimbing 2. Dr. Jamaludin Achmad Khalik, Lc.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Etika Bisnis Islam, *Marketing* Syariah

Perkembangan teknologi yang sangat pesat mempengaruhi kegiatan jual beli. Pada saat ini penjual dan pembeli mendapatkan kemudahan dengan dapat bertransaksi tanpa harus bertemu, yaitu dengan cara transaksi secara online. Kegiatan transaksi tersebut saat ini banyak menggunakan marketplace, salah satu dari marketplace yang banyak diminati oleh masyarakat adalah shopee. Kemudahan bertransaksi jual beli saat ini juga menimbulkan persaingan yang ketat dan beberapa kecurangan yang dilakukan pedagang online. Oleh karena itu pedagang online harus pintar-pintar membuat strategi promosi agar tokonya tetap dapat bersaing dengan pedagang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi promosi yang dilakukan oleh toko kosmetik online di shopee khususnya pada toko Panda Lovely, untuk menganalisa strategi promosi toko kosmetik online di shopee ditinjau dari etika bisnis Islam, dan untuk menganalisa strategi promosi toko kosmetik *online* di shopee ditinjau dari *marketing* syariah. Jenis penelitian yang digunakan kualitatif deskriptif. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder, data ini diperoleh peneliti melalui, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa: (1) Panda Lovely sudah melakukan semua komponen strategi promosi secara online. (2) Diantara 5 prinsip etika bisnis Islam, terdapat empat komponen yang tidak sesuai dengan syariat yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab dan kebenaran karena ada kecurangan dalam strategi promosi coret harga dan pemberian ulasan palsu sedangkan satu komponen lain yaitu kehendak bebas sudah memiliki kesesuaian. (3) Terdapat dua kesesuaian prinsip marketing syariah yaitu pada prinsip relistis dan humanis, sedangkan dua prinsip lain yaitu teistis dan etis tidak sesuai karena adanya strategi promosi yang mengarah pada perilaku menipu dan tidak etis.

## ABSTRACT

Taritsa Rizqi Awalia, 2023, Online Merchant Promotion Strategy Viewed from Islamic Business Ethics and Sharia Marketing (Case Study of Panda Lovely on the Shopee Marketplace), Sharia Economics, Postgraduate, IAIN Kediri, Supervisor: 1. Dr. Ahmad Syakur, M.EI and Supervisor 2. Dr. Jamaludin Achmad Khalik, Lc.

Keywords: Promotion Strategy, Islamic Business Ethics, Sharia Marketing

Very rapid technological developments influence buying and selling activities. At this time, sellers and buyers have the convenience of being able to make transactions without having to meet, namely by making online transactions. Many of these transaction activities currently use marketplaces, one of the marketplaces that is in great demand by the public is Shopee. The ease of buying and selling transactions nowadays has also given rise to intense competition and several incidents carried out by online traders. Therefore, online traders must be smart in creating promotional strategies so that their shops can still compete with other traders.

This research aims to analyze the promotional strategies carried out by online cosmetic shops on Shopee, especially the Panda Lovely shop, to analyze the promotional strategies for online cosmetic shops on Shopee in terms of Islamic business ethics, and to analyze the promotional strategies for online cosmetic shops on Shopee in terms of sharia marketing. . The type of research used is descriptive qualitative. The data used in this research are primary and secondary, this data was obtained by researchers through observation, interviews and documentation.

The research results reveal that: (1) Panda Lovely has carried out all components of its promotional strategy online. (2) Among the 5 principles of Islamic business ethics, there are four components that are not in accordance with the Shari'a, namely monotheism, balance, responsibility and truth because there are circumstances in the promotion strategy of price gouging and giving fake reviews, while one other component, namely free will, already has similarities. (3) There are two compatibility principles of sharia marketing, namely the realistic and humanist principles, while the other two principles, namely theistic and ethical, are not appropriate because there are promotional strategies that lead to deceptive and unethical behavior.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin

Puji syukur yang tulus saya persembahkan kepada Allah SWT pemilik alam semesta, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul “Strategi Promosi Pedagang *Online* Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus Panda Lovely di *Marketplace* Shopee)”

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan tesis ini mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Wahidul Anam, M. Ag., Prof. Dr. Moh. Asror Yusuf, M.Ag., selaku pimpinan Institut Agama Islam Negeri Kediri
2. Dr. Ahmad Syakur, M.El., Dr. Jamaludin Achmad Khalik, Lc., Dr. Andriani, MM., Dr. Muhamad Yasin, S.Ag, M.Pd sebagai penguji dan pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, mengarahkan dan memotivasi penulis sehingga tesis ini bisa terselesaikan
3. Panda Lovely yang telah memberikan izin penelitian, dukungan dan nasehat demi kelancaran tesis ini
4. Keluarga khususnya Bapak dan Ibu yang telah memberikan banyak pengorbanan hingga terselesaikannya tesis ini.

Dengan adanya penulisan tesis ini saya berharap dapat mewujudkan apa yang menjadi tujuan dari penyajian tesis ini. Semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Kediri, 1 Desember 2023  
Penulis

Taritsa Rizqi Awalia

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Penelitian Terdahulu .....	9
F. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II: KAJIAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
A. Strategi Promosi .....	13
B. Etika Bisnis Islam .....	21
C. Marketing Syariah .....	28
<b>BAB III: METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	31
B. Kehadiran Peneliti .....	31



C. Lokasi Penelitian .....	32
D. Sumber Data .....	32
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	32
F. Teknik Analisis Data .....	33
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	35
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	37
B. Paparan Data.....	40
C. Temuan Penelitian .....	51
<b>BAB V: PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
A. Analisis Strategi Promosi Pedagang Online di <i>Marketplace</i> Shopee ..	53
B. Analisis Strategi Promosi Pedagang Online di <i>Marketplace</i> Shopee Ditinjau dari Etika Bisnis Islam .....	55
C. Analisis Strategi Promosi Pedagang Online di <i>Marketplace</i> Shopee Ditinjau dari <i>Marketing</i> Syariah .....	62
<b>BAB VI: PENUTUP .....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan .....	69
B. Implikasi Teoritis dan Praktis .....	70
C. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Perbandingan Coret Harga di Panda Lovely dengan Harga Pasaran .....	51
--	----

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Lima Marketplace dengan Jumlah Kunjungan Situs Terbanyak di Indonesia (Kuartal IV 2022) .....	2
Grafik 1.2 Produk Terlaris di Shopee dan Tokopedia Periode Februari 2022 .....	3

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Dazzle Me di Shopee .....	5
Gambar 1.2 Produk Madame Gie di Shopee .....	6
Gambar 4.1 Logo Shopee .....	37
Gambar 4.2 Tampilan Shopee di Playstore .....	38
Gambar 4.3 Akun Shopee Panda Lovely .....	40
Gambar 4.4 Iklan Panda Lovely oleh Bella Bonita .....	43
Gambar 4.5 Iklan di Official Media Berita @infonganjuk .....	44
Gambar 4.6 Voucher Diskon di Panda Lovely .....	47
Gambar 4.7 Voucher Cashback Shopee .....	48
Gambar 4.8 Paket Bundling di Panda Lovely .....	49
Gambar 4.9 Broadcast Chat Panda Lovely .....	53
Gambar 4.10 Publikasi Liputan6.com .....	54
Gambar 4.11 Publikasi Media Indonesia .....	55
Gambar 4.12 Ulasan Produk Panda Lovely .....	56