

**STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PRODUK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus Di Toko Fairis.id Mojokerto)

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagai Prasyarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

SUHAELA RAHMAWATI

9313.091.18

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PRODUK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

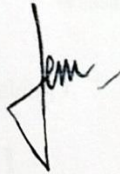
(Studi Kasus Di Toko Fairis.id Mojokerto)

SUHAELA RAHMAWATI

9313.091.18

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Dr. Ali Samsuri, MEI

NIP. 19761031 200901 1 003



Abdul Rosyid, S.Fil.I., MA

NIP. 19930219 201903 1 007

NOTA DINAS

Kediri, 22 Juli 2022

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No. 07-Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : SUHAELA RAHMAWATI
NIM : 931309118
Judul : STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat
bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan
ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya
dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami
ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I,



Dr. Ali Samsuri, M.El
NIP. 19761031 200901 1 003

Pembimbing II,



Abdul Rosyid, S.Fil.I., MA
NIP. 19930219 201903 1 007

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 22 Juli 2022

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No. 07-Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : SUHAELA RAHMAWATI
NIM : 931309118
Judul : STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM.

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat
bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan
ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya,
dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami
ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Ali Samsuri, M.El
NIP. 19761031 200901 1 003



Abdul Rosyid, S.Fil.L., MA
NIP. 19930219 201903 1 007

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PROMOSI MELALU MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM
(Studi Kasus Pada Toko Fairis.id Mojokerto)

SUHAELA RAHMAWATI
NIM. 931309118

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 14 Juli 2022

Tim Penguji:

1. Penguji Utama

Amrul Mutaqin, M.EI

NIP. 197605072008011013

(.....)

2. Penguji I

Dijan Novia Saka, S.E., MM

NIDN. 0714127001

(.....)

3. Penguji II

Abdul Rosvid, S.Fil.L., MA

NIP. 198408152018012001

(.....)

Kediri, 14 Juli 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.HI.

NIP. 197501011998031002



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
PERPUSTAKAAN

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Suhaela Rahmawati

NIM : 931309118

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam / Ekonomi Syariah

E-mail address : elarahma30@gmail.com

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi Tesis Disertasi
 Lain-lain (.....)

Judul Karya Ilmiah : Strategi Promosi Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Toko Fairis.id Mojokerto)

Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut diatas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Kediri berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri, 17 Novembr 2022

Penulis

(Suhaela Rahmawati)

MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ اتَّقِ اللَّهَ وَلَا تُطِيعِ الْكٰفِرِينَ وَالْمُنٰفِقِينَ ۗ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ عَلِيمًا حَكِيمًا ﴿١﴾

Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah
perkataan yang benar,
(Al-Ahzab Ayat 20)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur saya ucapkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan juga hidayah-Nya skripsi ini dapat terselesaikan. Tak lupa sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang nanti diharapkan syafaat-Nya dihari kiamat. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak M. Anis Machin dan Ibu Puspa Rini selaku orang tua kandung saya, Ria Puspita dan Yusuf Bachtiar selaku kakak kandung saya, Mas Udin dan Roisah Yunan selaku kakak ipar saya. Yang senantiasa menyertai setiap langkah kaki saya dengan doa dan kasih sayangnnya. Dan selalu memberikan dorongan moril atau materil untuk maju dan berhasil dalam mencapai asa dan cita-cita yang saya harapkan.
2. Keponakan-keponakan saya yang selalu saya sayangi Carina, Dania, dan Ashana.
3. Sahabat saya di perkuliahan Kurnia Lailil (Ilil) dan Nur Arifa (Ripa) yang selalu menemani saya serta memberikan semangat kepada saya.
4. Sahabat saya dari kecil Rifalda (Cantik), Qonita (Nita), Putri yang juga tidak pernah luput dalam menemani serta memberikan semangat kepada saya.
5. Teman-teman kelas C Ekonomi Syariah, teman-teman sewaktu PBAK kelompk 43, serta teman-teman sewaktu KKN yang telah sudi menjadi teman dalam mengarungi dunia perkuliahan ini.
6. Almamater serta teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2018

Semoga segala kebaikan dan ketulusan kalian diterima Allah dan terhitung amal Jariyah serta semoga limpahan Rahmat-Nya bagi kita semua. *Jazakumullah Ahsanal Jaza'*.

ABSTRAK

SUHAELA RAHMAWATI, Dosen Pembimbing Dr. Ali Samsuri, MEI., dan Abdul Rosyid, S.Fil.I., MA., Strategi Promosi Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Toko Fairis.id Mojokerto). Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, IAIN Kediri, 2022.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Penjualan

Strategi adalah cara ataupun taktik yang dijalankan untuk mempertahankan usaha jangka panjang perusahaan dan apabila memungkinkan dapat mengalahkan para pesaing lainnya. Strategi promosi diperlukan perusahaan dalam memperkenalkan produk/jasa ke khalayak masyarakat sehingga banyak yang mengetahui tentang produk/jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Fairis.id merupakan toko yang berjualan produk *fashion daily wear* yang dijualnya melalui *online* dan juga *offline*. Untuk meningkatkan penjualan, Fairis.id menerapkan beberapa strategi promosi yang efektif. Jadi dalam penelitian ini peneliti fockus pada tujuan yaitu (1) mengetahui strategi promosi Fairis.id melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan produk dan (2) mengetahui strategi promosi Fairis.id melalui media sosial dengan perspektif ekonomi islam untuk meningkatkan penjualan produk.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan penelitian jenis deskriptif. Sumber data penelitian dari hasil observasi dan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dengan Fairis.id yakni owner/pemilik Fairis.id dan karyawan dari Fairis.id, serta dilengkapi dengan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan dalam rangka meningkatkan penjualan, owner Fairis.id menerapkan strategi promosi. (1) Strategi promosi yang diterapkan diantaranya melalui periklanan, Fairis.id melakukan kegiatan live streaming secara rutin di media sosial dan marketplace setiap hari senin-sabtu pukul 09.00 WIB – 10.00 WIB dengan aktivitas seperti review produk, menjelaskan secara detail tentang produk, melakukan pembelian pada saat live rutin. Selain itu, Fairis.id juga melakukan kegiatan iklan ads dan endorse di media sosial untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan lebih luas lagi. Sedangkan melalui promosi penjualan, Fairis.id mengikuti pameran untuk memperkenalkan produknya serta melakukan potongan harga untuk pembelian *online* di media social dan marketplace sebanyak 10-12% dan juga potongan harga kodi untuk reseller/dropshipper di whatsapp. (2) Strategi promosi yang diterapkan juga sesuai dengan prinsip promosi ekonomi dalam islam. Yang pertama periklanan, dimana prinsip ekonomi islamnya adalah benar dan jujur sesuai dengan teori KSF (*Key Succes Factors*) yaitu *shiddiq* yang berarti benar dan jujur. Dan untuk promosi penjualan prinsip ekonomi islamnya adalah kepercayaan/dapat dipercaya yang mana juga masuk di teori KSF yaitu *amanah* yang berarti dapat dipercaya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan syukur dan segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Strategi Promosi Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Toko Fairis.id Mojokerto)”. Sholawat serta salam selalu penulis utarakan kepada Nabi Muhammad SAW, penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan program Sarjana Ekonomi Syariah.

Penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak, baik berupa materi maupun spiritual, sehingga pada kesempatan ini penulisan menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag., selaku rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, beserta Bapak dan Ibu dosen staf Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, Lc., MEI, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, beserta Bapak dan Ibu dosen staf program studi ekonomi syariah.
4. Bapak Dr. Ali Samsuri, MEI., dan Bapak Abdul Rosyid, S.Fil.I., MA., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, dan saran serta membuat penulis selalu bersemangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan sehingga tercipta kerangka pikir dalam penulisan skripsi.
6. Kedua orang tua dan keluarga besar yang selalu mendukung baik secara moral dan materi serta doa yang selalu diberikan sehingga skripsi dapat terselesaikan.

7. Kak Fara dan Kak Riris selaku owner/pemilik Fairis.id yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian demi kelancaran penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
E. Penelitian Terdahulu	16
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Strategi	20
B. Promosi	21

1. Pengertian Promosi	21
2. Promosi Dalam Konsep Ekonomi Islam	22
3. Tujuan Promosi	23
4. Bauran Promosi Menurut Ekonomi Islam.....	24
5. Etika Promosi Dalam Islam	29
C. <i>Key Success Factors (KSF)</i>	29
D. Media Sosial.....	32
1. Pengertian Media Sosial	32
2. Manfaat Media Sosial.....	33
E. Marketplace.....	34
1. Pengertian Marketplace	34
2. Jenis-Jenis Marketplace.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	37
B. Kehadiran Peneliti.....	38
C. Lokasi Penelitian.....	38
D. Sumber Data.....	39
E. Pengumpulan Data	39
F. Analisis Data	41
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	42
H. Tahap-Tahap Penelitian	43
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	45
A. Paparan Data	45
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	45

2. Strategi Promosi Fairis.id Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk	52
3. Strategi Promosi Fairis.id Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam. 57	
B. Temuan Penelitian.....	62
BAB V PEMBAHASAN	68
A. Strategi Promosi Fairis.id Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk	68
B. Strategi Promosi Fairis.id Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	75
BAB VI PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Toko Fairis.id di Instagram Utama.....	8
Gambar 1.2 Profil Toko Fairis.id di Instagram Katalog.....	9
Gambar 1.3 Profil Toko Fairis.id di Tiktok.....	10
Gambar 1.4 Profil Toko Fairis.id di Facebook.....	10
Gambar 1.5 Profil Toko Fairis.id di Shopee.....	11
Gambar 1.6 Produk Populer di Shopee.....	12
Gambar 1.7 Profil Toko Fairis.id di Tokopedia.....	12
Gambar 5.1 Live Rutin di Media Sosial dan Marketplace.....	71
Gambar 5.2 Kegiatan Pameran.....	74
Gambar 5.3 Kegiatan Pameran dalam waktu dekat.....	74
Gambar 5.4 Penilaian dan Komentar Konsumen di Google.....	78
Gambar 5.5 Penilaian dan Komentar Konsumen di Tokopedia.....	78
Gambar 5.6 Penilaian dan Komentar Konsumen di Shopee.....	79
Gambar 5.7 Penilaian dan Komentar Konsumen di Whatsapp.....	82
Gambar 5.8 Penilaian dan Komentar Konsumen di Whatsapp.....	82
Gambar 5.9 Pembelian Langsung di Toko.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pembanding Toko Fairis.id di Instagram.....	6
Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Fairis.id 2020-2021.....	13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	89
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian.....	91
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian dari Toko Fairis.id Mojokerto.....	92
Lampiran 4. Dokumentasi.....	93
Lampiran 5. Daftar Konsultasi Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing 1.....	98
Lampiran 6. Daftar Konsultasi Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing 2.....	99
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	100

