

## **ABSTRAK**

Skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Melalui Peran Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Naira Fish & Aquarium Desa Widoro Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek)” ini ditulis oleh Ratri Kurnianingtyas, NIM. 12402183281. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin berkembang pesatnya persaingan bisnis yang memanfaatkan teknologi sebagai pemanfaatan penjualan produk. Hal tersebut secara tidak langsung mendorong minat usaha kecil seperti usaha Naira Fish & Aquarium untuk meningkatkan penjualan dengan cara mempromosikan produknya melalui media sosial Facebook. Dari penelitian ini dapat dilihat bagaimanakah peran media sosial Facebook dalam meningkatkan penjualan produk pada Naira Fish & Aquarium ini.

Fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi promosi melalui peran media sosial Facebook dalam meningkatkan penjualan di Naira Fish & Aquarium, 2) Bagaimana strategi promosi melalui peran media sosial Facebook dalam meningkatkan penjualan di Naira Fish & Aquarium ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan pendekatan studi kasus, sumber data yang diperoleh dari informasi, situasi lokasi, dan berkas-berkas dokumentasi. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) strategi promosi melalui peran media sosial Facebook dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan menggunakan periklanan dengan memanfaatkan Facebook ads, stories Facebook, dan feed facebook, promosi penjualan yaitu pemberian diskon, bonus dan gratis ongkir, pemasaran langsung seperti penggunaan messenger dan mencantumkan WhatsApp, publisitas dan hubungan masyarakat yaitu bergabung dengan komunitas dan grup yang sebidang. Dampak dari adanya strategi promosi melalui peran media sosial Facebook yang dilakukan Usaha Naira Fish & Aquarium ini membuat usaha ini semakin berkembang dan memiliki banyak pelanggan sehingga mengalami peningkatan pada penjualan produk terutama produk aquarium. 2) Dalam melakukan strategi promosi di usaha Naira Fish & Aquarium juga sudah sesuai dengan prinsip-prinsip pemasaran pada Ekonomi Islam, yaitu rabbaniyah seperti melakukan pekerjaan dengan baik agar rezeki yang didapat menjadi berkah, akhlaqiah seperti melayani konsumen dengan ramah, tidak judes dan friendly, al-waqiyyah selalu mengutamakan kejujuran dalam semua hal mulai dari produksi sampai promosi, dan al-insaniyah yaitu seperti tidak mengambil keuntungan yang berlebihan.

**Kata Kunci : Promosi, Media Sosial, Volume Penjualan, Ekonomi Islam**

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Promotional Strategy Through the Role of Facebook Social Media in Increasing Sales Reviewed From an Islamic Economic Perspective (Case Study on Naira Fish & Aquarium in Widoro Village, Gandusari District, Trenggalek Regency)" was written by Ratri Kurnianingtyas, NIM. 12402183281. Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Advisor Syamsul Umam, S.H.I., M.H.*

*This research is background by the rapid growth of business competition that utilizes technology as the use of product sales. This indirectly encourages the interest of small businesses such as the Naira Fish & Aquarium business to increase sales by promoting product selling through social media Facebook. From this research, it can be seen how the role of Facebook social media in increasing product sales at Naira Fish & Aquarium.*

*The focus of the discussion in this study is 1) What is the promotion strategy through Facebook social media in increasing sales at Naira Fish & Aquarium? 2) What is the promotion strategy through the role of Facebook social media in increasing sales at Naira Fish & Aquarium the reviewed by perspective of Islamic economics?.*

*This research uses qualitative research with a case study approach, with a case study approach, data sources obtained from information, location situations, and documentation files. Data collection techniques with interviews, observation and documentation.*

*The results of this study indicate that: 1) promotional strategies through the role of Facebook social media in increasing sales, namely by advertising by utilizing Facebook ads and Facebook feeds, sales promotions, namely giving discounts and free shipping, direct marketing such as using messengers and include WhatsApp, publicity and public relations, namely joining communities and groups of the same field. The impact of existence the promotional strategy carried out by the Naira Fish & Aquarium business has made this business more developed and has many customers so that it experiences an increase in product sales, especially aquarium products. 2) In to do the promotional strategy in the Naira Fish & Aquarium business, it is also already in accordance with the marketing principles of the Islamic Economy, namely rabbaniyah such as doing a good job so that the sustenance obtained becomes a blessing, akhlaqiyah such serving consumers in a friendly, not rude and friendly manner, al-waqiyyah always prioritizes honesty in everything from production to promotion, and al-insaniyah is like not taking excessive profits.*

**Keywords: Promotion, Social Media, Sales Volume, Islamic Economy**