

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Promosi melalui Media Online pada Penjualan Gamis Syar’i di Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung” ini ditulis oleh Sofia Diska Adelia, NIM. 1742143271, pembimbing Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Persaingan bisnis di dunia semakin luas seiring kemajuan teknologi modern yaitu munculnya media online yang semakin banyak penggunaannya. Hal ini membuat sebagian besar para pengusaha memilih media online sebagai sarana promosi produk supaya lebih menarik dibanding pengusaha lain. Oleh sebab itu, penelitian ini mengangkat permasalahan tentang bagaimana penerapan strategi promosi melalui media online, bagaimana dampak yang muncul dari penerapan media online sebagai sarana promosi produk, dan bagaimana penerapan strategi promosi melalui media online pada Adzkie Hijab Syar’i ditinjau dari ekonomi syariah.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah: (1) Bagaimana implementasi strategi promosi melalui media online pada penjualan gamis syar’i di Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung?, (2) Bagaimana dampak-dampak yang muncul dari penerapan strategi promosi melalui media online pada penjualan gamis syar’i di Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung?, (3) Bagaimana implementasi strategi promosi melalui media online pada penjualan gamis syar’i di Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung ditinjau dari ekonomi syariah?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang bersumber dari Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung. Peneliti bertugas mewawancarai pemilik Adzkie Hijab Syar’i untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan penelitian. Selain pemilik, peneliti juga mewawancarai sebagian karyawan Adzkie Hijab Syar’i untuk menambah informasi yang lebih mendalam.

Hasil penelitian mengenai strategi promosi yang diterapkan adalah promosi melalui periklanan di media sosial, mengadakan promo-promo penjualan, menciptakan web resmi untuk mempermudah konsumen dan melakukan promosi langsung dengan cara mengirimkan pesan pribadi melalui aplikasi media sosial. Dampak positif penggunaan media online sebagai alat promosi adalah dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen, hemat biaya dan hemat waktu, sedangkan dampak negatifnya yaitu kurangnya kepercayaan dari calon konsumen, penipuan, dan adanya plagiat. Penerapan strategi promosi juga dilakukan berlandaskan syariah dengan didasari sifat jujur, terbuka, dan apa adanya kepada calon konsumen.

Kata kunci: strategi, promosi, media online

ABSTRACT

The thesis, "Implementation of Promotion Strategy through Online Media on Sales Gamis Syar'i in Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung" is written by Sofia Diska Adelia, NIM. 1742143271, advised Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Business competition in the world is expanding as modern technology advances, namely the emergence of online media that has more and more users. This makes most entrepreneurs choose online media as a means of promoting products to be more attractive than other entrepreneurs. Therefore, this research raises the issue of how to apply the promotion strategy through online media, how the impact arises from the application of online media as a means of product promotion, and how the implementation of promotional strategies through online media in Adzkie Hijab Syar'i in terms of Islamic economics.

The method used in this study is a descriptive qualitative approach. Data collection techniques through observation, interviews and documentation sourced from Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung. The researcher is tasked with interviewing the owner of Adzkie Hijab Syar'i to obtain data relating to the research. In addition to the owner, the researcher also interviewed a number of Adzkie Hijab Syar'i employees to add more in-depth information.

The results of the research on the promotional strategies applied were promotion through advertising on social media, holding sales promos, creating official web to facilitate consumers and conducting direct promotions by sending private messages through social media applications. The positive impact of the use of online media as a promotional tool is that it can reach more potential customers, save money and save time, while the negative impacts are lack of trust from potential customers, fraud, and plagiarism. The implementation of the promotion strategy is also carried out on the basis of sharia based on the nature of honesty, openness and existence to prospective customers.

Keywords: strategy, promotion, online media