



**ANALISIS STRATEGI PROMOSI BISNIS ONLINE PADA
BATIK LARAS DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

HIKMATUL HANIFAH
NIM. 2013114181

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI BISNIS ONLINE PADA
BATIK LARAS DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

HIKMATUL HANIFAH
NIM. 2013114181

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HIKMATUL HANIFAH

NIM : 2013114181

Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI PROMOSI BISNIS ONLINE PADA BATIK LARAS DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM” adalah benar-benar karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah peneliti sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini ternyata hasil plagiasi, peneliti bersedia memperoleh sanksi akademik dengan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 25 Februari 2019

Yang menyatakan



HIKMATUL HANIFAH

NIM. 2013114181



NOTA PEMBIMBING

H. Ahmad Rosyid, M.Si

Perum Graha Tirto Asri Jl. Seroja II No. 43, Kecamatan Tirto

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Hikmatul Hanifah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

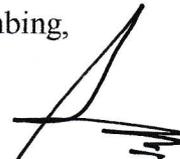
Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara/i :

Nama : HIKMATUL HANIFAH
NIM : 2013114181
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Strategi Promosi Bisnis Online Pada Batik Laras
Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut segera dapat dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.
Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 21 Februari 2019
Pembimbing,



H. Ahmad Rosyid, M.Si
NIP.19790331 200604 1003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan Rowolaku Kajen No. 52 Pekalongan Telp. (0285) 412575 Fax (0285) 423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **HIKMATUL HANIFAH**
NIM : **2013114181**
Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI PROMOSI BISNIS ONLINE
PADA BATIK LARAS DITINJAU DARI ETIKA
BISNIS ISLAM**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 14 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I


Ali Amin Isfandiari, M.Ag
NIP. 19740812 200501 1002

Penguji II


M. Khoirul Fikri, M.E.I
NIP19910212201608 DI 116

Pekalongan, 14 Maret 2019

Disahkan oleh

Dekan,



Dr. Shinta Dewi Kismawati, SH., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kehadiran Allah Swt. atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam kita junjungkan kepada Nabi Muhammad Saw. yang kita nantikan syafa'atnya di hari kiamat kelak. Sebagai rasa cinta dan tanda kasih, kupersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orangtua ku (Bapak Warnoto dan Ibu Nur Baitin). Terimakasih atas segala do'a dan dukungannya.
2. Adik ku Salma Nuriyana dan Tri Nada Islami, dan juga Nenek ku Rukhanah yang selalu memberikan do'a dan motivasi.
3. Saudara ku Inayatus Sholikhah, S.Pd dan Dina Melati Wangi, S.E yang sudah membantu memberikan dukungan yang selalu menemaniku saat revisi.
4. Teman ku HMJ Ekosy dan sahabatku kelas Ekos D terutama Ashry Isniyati, Destria Putri W, yang selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan senyuman.
5. Teman – Teman organisasi Serikat Mahasiswa Indonesia dan Teman Alumni Serikat Mahasiswa Indonesia terutama Eko Yulianto, S.Pd yang sudah memberikan ilmu serta memberikan arti keluarga selama menjadi anggota.
6. Teman-teman ku KKN Pokja 45 Desa Wonolobo yang selalu memberikan semangat.
7. Almamater tercinta IAIN Pekalongan.



MOTO

“seseorang pemenang tidak pernah menyerah dan seseorang yang menyerah tidak akan

pernah menjadi pemenang.

Jika kamu tidak menyerah, kamu masih memiliki kesempatan.

Menyerah adalah kegagalan terbesar dalam hidup”

-JACK MA-

ABSTRAK

Hanifah. Hikmatul, 2019. Analisis Strategi Promosi Bisnis Online Pada Batik Laras Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. Jurusan/Fakultas: Ekonomi Syariah/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Pembimbing: H. Ahmad Rosyid, M.Si

Kata Kunci: Strategi Promosi dan bisnis online

Pemasaran merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program – program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, promosi dan distribusi. Dalam fenomena yang ada banyak fenomena etika bisnis yang dilanggar, yang sebelumnya secara promosi dalam bisnis online menyatakan produk atau jasa yang menarik konsumen dengan produk yang baik dan tidak ada cacat fisik ternyata banyak kasus yang didapati setelah menerima barang tidak sesuai yang dipromosikan sebelumnya oleh pihak penjual. Di dalam promosi pastinya penting menerapkan etika bisnis untuk bisa memberikan kenyamanan terhadap konsumennya, adapun beberapa prinsip dalam etika bisnis yang harus didasari yaitu salah satunya harus *Unity* (Kesatuan), *Equilibrium* (Keseimbangan), *Free Will* (Kebebasan Berkehendak), *Responsibility* (Bertanggung Jawab), *Benevolence* (Kebenaran)

Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi promosi bisnis online pada toko Batik Laras ditinjau dari etika bisnis islam Kegunaan secara teoritis Untuk menambah ilmu pengetahuan terkait tentang bagaimana mengetahui strategi promosi bisnis online dan implementasi promosi bisnis online yang di tinjau dari etika bisnis islam.

Jenis penelitian ini adalah studi lapangan (*field research*). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data dengan analisis data deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Periklanan* dengan melalui media sosial contoh di akun media sosial instagram, facebook dan Whatsapp. *Personal selling*, yang dimaksud bahwa Batik Laras Pekalongan selain melakukan promosi lewat media sosial di Batik Laras juga melakukan promosi melalui tatap muka atau lebih memperkenalkan produk ke masyarakat. *Sales promotion*, Batik Laras Pekalongan memberikan diskon 30% sampai 50% kekonsumen atau reseller. *Publicity*, Dalam publisitas yang dilakukan memperkenalkan produknya ke konsumen secara *face to face*. Implementasi Promosi Bisnis Online Pada Batik Laras Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam dalam Batik Laras implementasi promosi bisnis online yang ditinjau secara etika bisnis islam dalam praktek bisnisnya menggunakan 4 prinsip yaitu (*Unity*) kesatuan, (*Equilibrium*) keseimbangan, (*Free Will*) kebebasan berkehendak dan (*Benevolence*) Kebenaran. Sedangkan prinsip dalam etika bisnis islam (*Responsibility*) tanggung jawab tidak digunakan dalam implementasi promosi bisnis online di Batik Laras Pekalongan tersebut.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah Swt., yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia yang tiada henti. Sholawat serta salam tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw., yang selalu kita nantikan syafa'atnya di hari kiamat kelak. Dengan kekuatan yang telah dilimpahkan oleh Allah Swt., skripsi dengan judul “ANALISIS STRATEGI PROMOSI BISNIS ONLINE PADA BATIK LARAS DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM” dapat terselesaikan.

Untuk tercapainya skripsi ini banyak pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan kerjasama. Untuk itu di kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M. Ag., selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Bapak Moh. Agus Fakhрина M.S.I., selaku Ketua jurusan Ekonomi Syariah.
3. Bapak H. Ahmad Rosyid, M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing peneliti guna penyelesaian penelitian ini.
4. Segenap Civitas Akademika IAIN Pekalongan yang telah memberi pelayanan dengan baik.
5. Pemilik Toko Batik Laras Pekalongan yang telah membantu peneliti menyediakan data untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak, ibu dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan do'a dan motivasi kepada peneliti.



7. Para sahabat dan semua pihak yang senantiasa memotivasi dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini

Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya kepada kita semua atas kebaikan dan bantuan berbagai pihak yang selama ini membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun guna sempurnanya skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi peneliti dan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 25 Februari 2019

Peneliti

HIKMATUL HANIFAH

NIM. 2013114181

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er



ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal lengkap	Vokal panjang
---------------	---------------	---------------

أ = a		أ = ā
إ = i	أِي = ai	أِي = ī
و = u	أُو = au	أُو = ū

3. *Ta Marbutah*

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرآة جميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *Fatimah*

4. *Syaddad* (*tasyid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabban*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah ” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.



Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-bad ' </i>
الجلال	ditulis	<i>al-jal l</i>

6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof/'/.

Contoh:

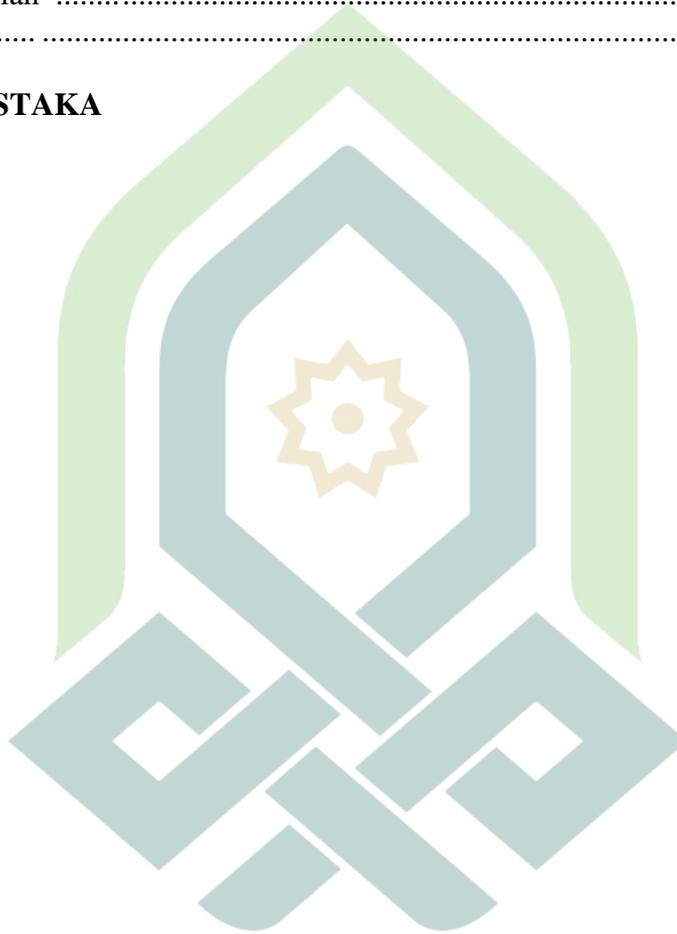
امرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
D. Sistematika Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Promosi.....	7
1. Pengertian Promosi	7
a. Sikap Dasar Promosi	8
b. Bauran Promosi	8
2. Tujuan Pelaksanaan Promosi	14
3. Promosi Online	16
4. Bisnis Online	16
B. Etika Bisnis Islam	17
1. Pengertian Etika Bisnis	17
2. Prinsip Dasar Etika Islami dan Praktiknya dalam Bisnis	22
C. Kajian Penelitian Terdahulu	26
1. Penelitian Relevan	26
2. Kerangka Berfikir	46
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	47
B. Waktu dan Tempat Penelitian	47
C. Subjek Penelitian	47
D. Deskripsi Data Batik Laras	48
1. Identitas Informan	48
2. Gambaran Bisnis	48



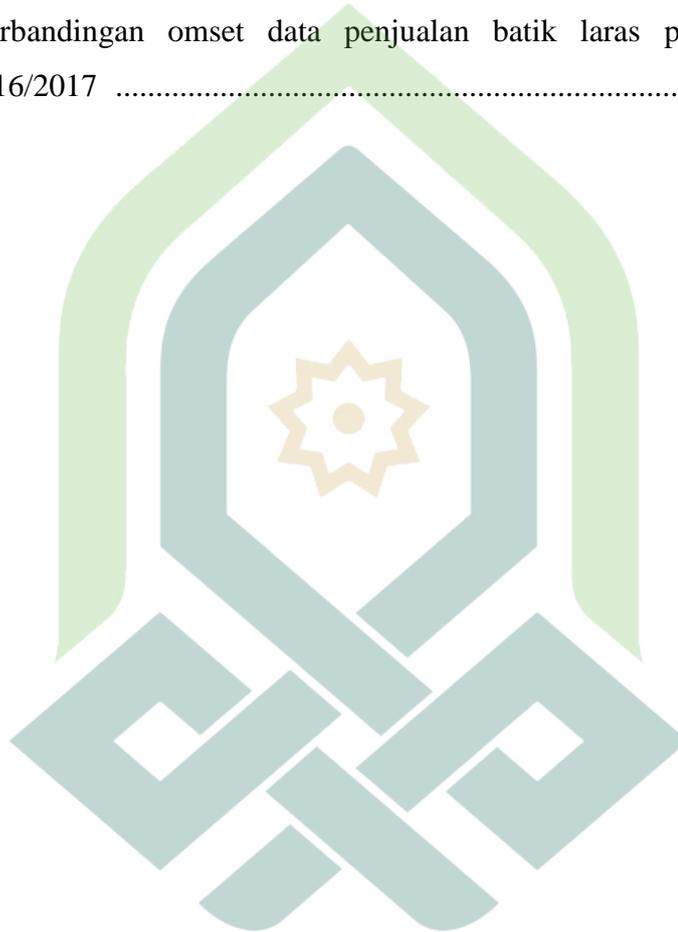
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Strategi Promosi Bisnis Online pada Batik Laras.....	57
1. Jenis-jenis Promosi	57
2. Tujuan Pelaksanaan Promosi	65
B. Implementasi Promosi Bisnis Online pada Batik Laras ditinjau dari Etika Bisnis Islam	67
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	78
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	





DAFTAR TABEL

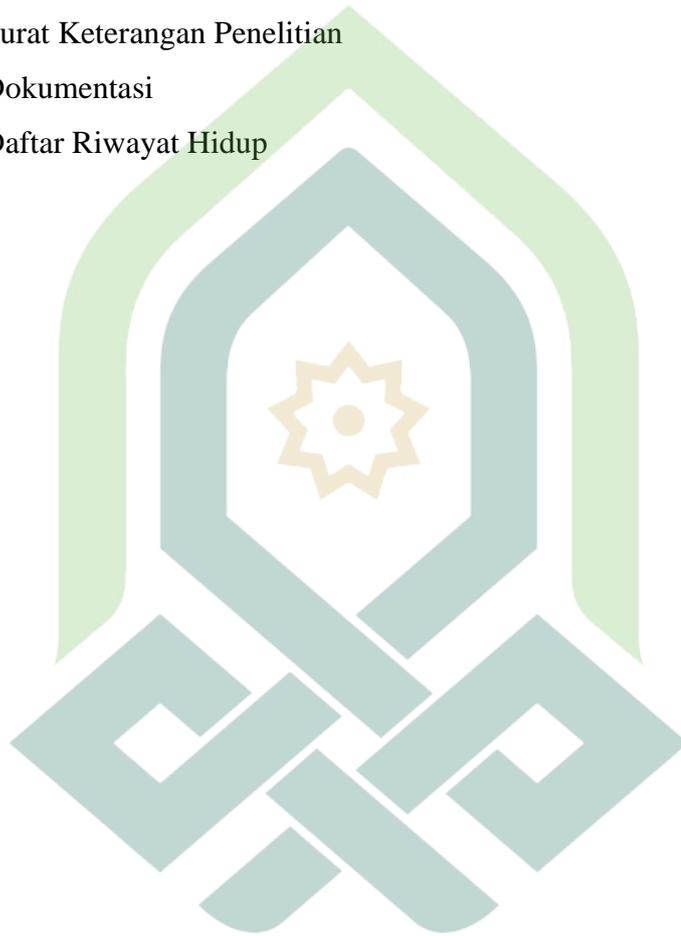
	Halaman
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Data Penjualan Batik Laras Pekalongan perbulan Tahun 2016/2017	53
Tabel 3.2 Perbandingan omset data penjualan batik laras perbulan tahun 2016/2017	55





DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Catatan Lapangan
- Lampiran 3 : Transkrip Wawancara
- Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 6 : Dokumentasi
- Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi telah membawa perubahan besar pada konsumen, pasar, dan marketing selama abad terakhir.¹ Internet pada masa sekarang ini sudah merupakan kebutuhan pokok, kita dapat memperoleh berbagai macam informasi, *online banking*, *online marketing*, sosialisasi *online*, kuliah *online*, *online advertising*, *berbelanja online* dan lain – lain. Tentu saja kemajuan yang begitu pesat semakin mewujudkan dunia tanpa batas yang sudah diketahui oleh masyarakat Indonesia, hal ini banyak dimanfaatkan oleh pengusaha berskala besar, menengah dan kecil yang ikut membangun kekuatan *brand* di dunia *online*, penjualan lewat *promosionline* memang menjadi pilihan tepat pada saat ini, di samping biaya yang relatif murah juga karena pentingnya sosialisasi produk untuk skala global.

Pemasaran merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program – program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, promosi dan distribusi.² Dalam fenomena yang ada banyak fenomena etika bisnis yang dilanggar, yang sebelumnya secara promosi dalam bisnis online menyatakan produk atau jasa

¹ Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan, *Marketing 3.0*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2009), hlm. 5.

² Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2002), hlm. 99.

yang menarik konsumen dengan produk yang baik dan tidak ada cacat fisik ternyata banyak kasus yang didapati setelah menerima barang tidak sesuai yang dipromosikan sebelumnya oleh pihak penjual. Di dalam promosi pastinya penting menerapkan etika bisnis untuk bisa memberikan kenyamanan terhadap konsumennya, adapun beberapa prinsip dalam etika bisnis yang harus didasari yaitu salah satunya harus *Unity* (Kesatuan), *Equilibrium* (Keseimbangan), *Free Will* (Kebebasan Berkehendak), *Responsibility* (Bertanggung Jawab), *Benevolence* (Kebenaran).³

Dalam promosi secara online haruslah kita menjaga beberapa pandangan terkait secara Etika Bisnis Islam karena menurut M. Nur Rianto Al Arif dalam transaksi jual beli kontemporer seiring dengan perkembangan teknologi yang ada telah memunculkan bentuk penjualan lainnya yaitu penjualan online. Tulisan ini bertujuan untuk melihat bagaimanakah perspektif ekonomi Islam terkait dengan penjualan online. Metode yang digunakan dalam tulisan ini dengan pendekatan penelitian kepustakaan. Penjualan online telah memenuhi rukun akad dalam aturan syariah, seperti adanya penjualan, pembelian, dan *Sighah*. Bentuk akad transaksi yang dapat diadopsi dalam penjualan online ialah *bay' al-murabahah* dan *bay' al-salam*. Penjualan online memiliki beberapa manfaat baik dari sisi pembeli maupun penjual, namun penjual online pun memiliki beberapa permasalahan. Sehingga

³ Nawatmi Sri, *Etika bisnis dalam Prespektif Islam*, Fokus Ekonomi, Vol.9 No.9 April 2010, hlm. 57.

harus dilakukan beberapa hal untuk meminimalisir berbagai permasalahan yang mungkin muncul tersebut.⁴

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli, maka harus ada komunikasi yang efektif serta adanya beberapa metode promosi yang harus dikembangkan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan. Dalam melakukan promosi yang baik itu memerlukan adanya peningkatan komunikasi kinerja yang intensif⁵. Sifat Nabi bisa dijadikan pedoman dalam komunikasi promosi, diantaranya adalah *Siddiq* (benar dan jujur), *Amanah* (terpercaya), *Fathonah* (cerdas), dan *Tabligh* (komunikatif).

Penulis melakukan analisis pada salah satu batik yang ada di Pekalongan yaitu Batik laras yang merupakan usaha home industry. Batik Laras melakukan pemasaran yang tidak hanya membuka usaha di rumah melainkan secara promosi lewat media sosial yang semakin marak dikalangan para pembisnis, secara jelas Batik Laras ini memiliki media pemasaran tersendiri dalam promosi, salah satunya melalui Instagram, Line, Whatshapp dan Facebook.

Penelitian ini memiliki pertimbangan dalam memilih untuk Batik Laras sebagai objek penelitian . pertama, secara garis besar Batik Laras memiliki motif batik yang ditawarkan sesuai dengan gambar dan yang diinginkan pelanggan. Kedua, dalam peningkatan tiap bulan dalam pertahunnya mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2016 – 2017 dengan omset ditahun 2016 mencapai 23.740.000 dan di tahun 2017 mencapai 32.390.000 jika di kalkulasikan kenaikan

⁴Al Arif M Nur Rianto, *Penjualan Online Berbasis Media Social Dalam Prespektif Ekonomi Islam*, Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan, Vol 13, No. 1, Juni 2013, hlm.33.

⁵Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm.8.

presentasinya mengalami kenaikan 26% dalam 1 tahunnya. ketiga, dalam Batik Laras tidak hanya sebagai penjual saja melainkan juga memproduksi berbagai macam model pakaian batik.

Berdasarkan pemaparan diatas, untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian etika bisnis islam dengan judul “ **Analisis Strategi Promosi Bisnis Online Pada Batik Laras Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi promosi bisnis online pada Batik Laras ?
2. Bagaimana implementasi promosi bisnis online pada Batik Laras di tinjau dari etika bisnis Islam ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi promosi bisnis online pada Batik Laras
2. Untuk mengetahui bagaimana implementasi promosi bisnis islam pada Batik Laras yang di tinjau dari etika bisnis islam ?

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Kegunaan Teoritis

Untuk menambah ilmu pengetahuan terkait tentang bagaimana mengetahui strategi promosi bisnis online dan implementasi promosi bisnis online yang ditinjau dari etika bisnis islam.

2. Kegunaan Praktisi

a. Bagi pihak Batik Laras

Dapat digunakan bahan perbaikan dan perencanaan dari penerapan strategi promosi bisnis secara online yang ditinjau dari etika bisnis islam.

b. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan mengenai kebaikan promosi bisnis online yang disertakan dengan Etika Bisnis Islam dengan pendekatan strategi promosi melalui Batik Laras.

c. Bagi Pembaca

Dapat digunakan untuk referensi bahan acuan bagi pihak lain yang berminat dalam melakukan penelitian berikutnya yang serupa.

D. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan kegunaan Penelitian, Kajian Penelitian Terdahulu, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori, yaitu promosi, Bisnis Online, pengertian etika bisnis Islam dan prinsip dasar Etika Islam dan Prakteknya dalam bisnis.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum Batik Laras tersebut yang meliputi sejarah awal berdiri usaha Batik Laras, profil Batik Laras, omset penjualan, dan teknis sistem penjualan dari Batik Laras.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang analisis promosi bisnis online di Batik Laras dan sudah mampu dalam menerapkan secara Etika Bisnis Islamnya

BAB V : PENUTUP

Bab ini memaparkan hasil kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis selama melakukan penelitian terkait analisis strategi promosi bisnis online pada Batik Laras yang memiliki usaha dengan menggunakan media online shop yang ditinjau berdasarkan etika bisnis Islam, penulis berusaha mengambil kesimpulan yaitu:

1. Strategi Promosi Bisnis Online Pada Batik Laras

Jenis strategi promosi yang digunakan dengan bauran promosi seperti:

- a. *Periklanan* dengan melalui media sosial contoh di akun media sosial instagram, facebook dan Whatshapp. Batik Laras Pekalongan menggunakan periklanan melalui media sosial berupa instagram dengan nama akun Batik Laras, facebook dengan nama akun Batik Laras, dan dengan menggunakan Whatshapp.
- b. *Personal selling*, yang dimaksud bahwa Batik Laras selain melakukan promosi lewat media sosial di Batik Laras juga melakukan promosi melalui tatap muka atau lebih memperkenalkan produk ke masyarakat dengan membawa produknya dan memperkenalkan secara personal dengan membawa produknya ke konsumen dan menjelaskan beberapa produk karena dalam pemasaran ataupun promosi tidak semua kalangan memakaimediaonline.

- c. *Sales promotion*, Batik Laras memberikan diskon untuk konsumennya yang membeli 50% dari pembelian pada saat pembeliannya di hari – hari besar islam. member Batik Laras diberikan diskon harga bisa mencapai potongan 30% setiap pembeliannya hal itu salah satunya untuk memberikan pelayanan terbaik ke konsumen.
- d. *Publicity*, Dalam publisitas yang dilakukan oleh pihak Batik Laras yang sudah melakukan publisitas produknya ke konsumen dan memperkenalkan produknya ke konsumen secara *face to face*.

2. Implementasi Promosi Bisnis Online Pada Batik Laras Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam:

Dalam Batik Laras implementasi promosi bisnis online yang ditinjau secara etika bisnis islam dalam praktek bisnisnya menggunakan 4 prinsip yaitu (*Unity*) kesatuan, (*Equilibrium*) keseimbangan, (*Free Will*) kebebasan berkehendak dan (*Benevolence*) Kebenaran. Sedangkan prinsip dalam etika bisnis islam (*Responsibility*) tanggung jawab tidak digunakan dalam implementasi promosi bisnis online di Batik Laras Pekalongan tersebut.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, yang pertama diharapkan dapat meneliti lebih dalam terkait penjualan batik atau lain sebagainya melalui media online resmi seperti shopee, bukalapak dan lain sebagainya agar lebih mengetahui strategi promosi yang diterapkan melalui akun resmi online karena promosi penjualan dengan aplikasi tersebut jangkauan penjualan akan lebih luas dengan ditinjau berdasarkan etika bisnis islamnya.
2. Bagi pemilik Batik Laras:
 - a. Sebaiknya pihak batik laras berani untuk memberikan *sponsorship* saat ada acara atau event – event yang bisa menunjang promosi penjualan.
 - b. Dalam melakukan promosi sebaiknya memberikan promosi semacam mengumpulkan nota pembelian atau undian yang akan mendapatkan gratis produk dari batik laras tersebut, karena promosi hal ini bisa menarik minat konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Jamaludin, Dkk. 2015. Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang), Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 21 No. 1 April.
- Ahmad Musthafa. 1989. *Al-Maraghi, Tafsir Al-Maraghi* jilid 1. Semarang: Toha Putra
- Anwar, Saifudin. 1993. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ayu Intan Pandini. 2016. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Sistem Online Pada Magdolia Fasion Muslimah Palembang, *Skripsi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam*, Palembang: Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang.
- Badroen. Faisal Dkk. 2007. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Budi Sutedjo Dharma Oetomo. 2001. *Perspektif E-Business: Tinjauan Teknis, Manajerial Dan Strategi*. Yogyakarta: Andi
- Burgin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Denny Daud. 2013. Promosi dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan pada apt. bess finance Manado. *Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Manado: Perpustakaan Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Dewi Kurniawati, Nugraha Arifin. 2015. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dan Minat beli Mahasiswa, Sumatera Utara: Jurnal simbolika. Vol. 1 No. 2.
- Elmi Izzatil Maisyah. 2016. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pasar Syariah Az-Zaitun 1 Surabaya, *Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam*, Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Fitra Riani. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Social Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Najwa Wedding Organizer Tumiyang, Banyumas, Jawa Tengah), *Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Purwokerto: Perpustakaan IAIN Purwokerto.



Fitri Amalia. 2015. Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada pelaku usaha kecil, Jakarta: Jurnal Ilmu Ekonomi syariah, Vol.6, No.1.

Ginanjar Sri Lakutomo. 2014. Analisis Pemasaran Pada Bisnis Online (E-Commerce) Dalam Jaringan Sosial Internet, *Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Surakarta: Perpustakaan UMS.

Hermawan, Kertajayan dan Setiawan. 2009. *Marketing 3.0*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.

<http://www.statistikian.com>

<http://www.bisnise.com/2017/04/pengertian-bisnis-online-menurut-ahli.html>

Irma, Febrianti. 2017. Strategi Word Of Mouth marketing dalam meningkatkan citra perusahaan pada jujug online purwokerto perspektif ekonomi islam, *Skripsi Thesis Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, Purwokerto: Perpustakaan IAIN Purwokerto.

Ismatul Chalimah. 2017. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Al –Araffah Pasar Wage Purwokerto), *Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Purwokerto: Perpustakaan IAIN Purwokerto.

Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Bandung: Sygma Publishing. Q.S AlAzhab: 21

Khudzaefah. 2016. Implementasi Etika Bisnis Islam Dan Promosi Dalam Peningkatan Komunikasi Kinerja Pada Bank Muamalat Jatibarang” *Skripsi Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam*, Cirebon: Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Muhammad. 2002. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN

Onno W Purbo dan Aang Wahyudi. 2001. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: PT Alexmedia Komputindo.

Philip, Kotler. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid II*. Jakarta: PT. Indeks.

Philip Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*, Jakarta: PT. Indeks.



Sri nawatmi. 2010. Etika bisnis dalam prespektif islam, Semarang:Fokus Ekonomi(FE)Vol.9 No.9 April.

Suprayoga, Iman dan Tobroni.2001.*Metodologi Penelitian Agama Cet II.* Bandung: Remaja Rosdakarya

Timothy,James.2010.*Membangun Bisnis Online.*Jakarta:PT Elex Media Komputindo.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : 058/In.30/J.IV.1/PP.00.9/01/2019
Lamp : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

15 Januari 2019

Kepada Yth,
Pengelola Toko Batik Laras Pekalongan Kab. Pekalongan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Hikmatul Hanifah

NIM : 2013114181

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Analisis Strategi Promosi Bisnis Online Pada Toko Batik Laras Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut.

Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

A.n Dekan

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Agus Fakhriana



TOKO BATIK LARAS PEKALONGAN

Alamat : Desa Samborejo Rt 11 Rw 04 Kecamatan Tirta Phone : 0857-8200-9551

Facebook : Batik Laras Instagram : Batik Laras

SURAT KETERANGAN

Nomor : 001/II/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini, Pemilik Toko Batik Laras Pekalongan menerangkan dengan sesungguhnya :

Nama : Hikmatul Hanifah
Nim : 2013114181
Jurusan : Ekonomi Syariah
Jenjang/Program : Strata 1/S1
Tahun Akademik : 2018/2019
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Pekalongan

Yang melaksanakan penelitian untuk penulisan skripsi dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PROMOSI BISNIS ONLINE PADA TOKO BATIK LARAS DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM”** pada tanggal 1 September 2018 sampai 31 Januari 2019

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Pekalongan, 22 Februari 2019



A.Md.Sn.





KEMENTERIAN AGAMA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **HIKMATUL HANIFAH**
NIM : **2013114181**
Jurusan/Prodi : **EKONOMI SYARIAH/ FEBI**
E-mail address : **haniehaniyah123@gmail.com**
No. Hp : **085225035117**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI BISNIS ONLINE PADA BATIK LARAS DITINJAU DARI ETIKA
BISNIS ISLAM**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan 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 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 Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 23 Maret 2019



HIKMATUL HANIFAH
NIM. 2013114181

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk
(Flashdisk dikembalikan)

