

## ABSTRAK

**Rabiatul Adawiyah.2023.***Analisis Strategi Promosi dalam Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Produk Cake Snack Banjarmasin dalam Perspektif Ekonomi Islam diBanjarmasin.* Pembimbing : Dr. H. Sukarni, M. Ag

**Kata Kunci:** Strategi promosi, media sosial, penjualan.

Penelitian ini dilatar belakangi sejak bisnis terkait dengan komputer dan internet muncul dalam permukaan, Seperti munculnya berbagai aplikasi media sosial yang sekarang menimbulkan peluang bagi masyarakat melakukan usaha.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan produk Online Shop di Cake Snack dan mengetahui bagaimana tinjauan perspektif Ekonomi islam dalam strategi prromosi melalui pemanfaatan media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan produk.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) menggunakan deskriptif kualitatif. Berlokasikan di Banjarmasin, Jl. Telaga biru kec. Banjarmasin Barat. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara kepada pemilik, dan 4 pembeli cake snack . Setelah data terkumpul kemudian diolah dengan teknik editing, deskripsi dan matriks untuk memperoleh kesimpulan, dilakukan analisis secara kualitatif.

hasil penelitian ini Cake Snack melakukan strategi promosi melalui empat bauran promosi yaitu periklanan melalui media instagram. Promosi penjualan yang dilakukan cake snack antara lain memberikan hadiah atau *give away*, dan publisitas seperti membangun hubungan baik dengan konsumen Ketika semuanya berjalan dengan baik hal ini akan berdampak positif kepada penjualan produk cake snack karena keseluruhan cake snack melaksanakan konsep strategi promosi secara baik. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh cake snack juga telah sesuai dengan yang Rasulullah ajarkan dalam berdagang seperti *shiddiq, amanah, fathanah dan tabligh*.