

ABSTRAK

Ana Sari Khoirun Nisa'. NIM: 212146. Analisis Strategi Pemasaran Berbasis *Online* Demonstratif pada Produk Locked Target Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan strategi pemasaran syariah, memaparkan faktor penghambat dan pendukung strategi pemasaran syariah, memaparkan upaya yang dilakukan Locked Target Kudus dalam meminimalisir faktor penghambat strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif pada produk Locked Target Kudus. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, dokumentasi dan triangulasi. Teknik evaluasi data meliputi data reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif pada produk Locked Target Kudus dilakukan melalui tiga tahapan utama yaitu penempatan segmentasi pasar berdasarkan usia remaja, menetapkan pasar sasaran berdasarkan model kaos, kemeja, bucket hat dan produk Locked Target lainnya yang paling banyak *dicomment* dan dipesan serta penempatan produk melalui pengembangan bauran pemasaran melalui promosi dan diskon harga pada hari-hari tertentu. Tindakan Bapak Miftachul Falah diatas sudah logis atau rasional karena sesuai dengan teori tindakan sosial yaitu tipe tindakan rasionalitas instrumental bahwa Bapak Miftahul Falah selaku pemilik telah melakukan pertimbangan dan pilihan yang sadar yang berhubungan dengan tujuan tindakan pemasaran dengan strategi demonstratif dengan menggunakan internet dan media sosial untuk mencapai tujuan tersebut. Faktor penghambat strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif pada produk Locked Target Kudus adalah pengambilan atau gambar yang dicopy pihak lain kemudian digunakan dan diakui sebagai produksinya. Sedangkan faktor pendukung strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif antara lain kemudahan penggunaan website serta kepercayaan konsumen pada Locked Target Kudus. Tindakan bapak Miftachul Falah sudah logis atau rasional sesuai dengan teori tindakan sosial tipe tindakan afektif yaitu yang ditandai oleh dominasi perasaan atau emosi tanpa refleksi intelektual atau perencanaan yang sadar. Upaya yang dilakukan Locked Target Kudus dalam meminimalisir faktor penghambat strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif adalah selalu memberikan yang terbaik untuk *customer* dan selalu menjaga kepercayaan dan kesetiaan *reseller* dan *customer*. Misal memberikan harga yang sesuai, respon yang ramah dan tanggung jawab, yang terpenting berusaha untuk lebih baik lagi, lebih maju dan berdo'a agar setiap usaha dilancarkan olehNya. Sedangkan untuk menghadapi kendala yaitu pengambilan atau gambar yang *dicopy* pihak lain kemudian digunakan dan diakui sebagai produksinya adalah dengan memberikan tanda yaitu tulisan Locked Target Kudus pada setiap gambar yang diposting.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran Syariah, Online Demonstratif.*