

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN BAJU BEKAS (*THRIFTING*) DITINJAU
DARI PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH**

(Studi Kasus di Hunter Bekas Store)

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mendapatkan
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Disusun Oleh:

Reza Putra Yustika

9.313.296.18

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) KEDIRI**

2023

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 27 Juli 2023

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di Jl. Sunan Ampel No. 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb

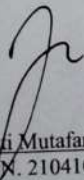
Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : REZA PUTRA YUSTIKA
NIM : 9.313.296.18
Judul : STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN BAJU BEKAS (THRIFTING)
DITINJAU DARI PERSPEKTIF MARKETING
SYARIAH (Studi Kasus di Hunter Bekas Store).

Setelah diperbaiki materi dan susunannya. Sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

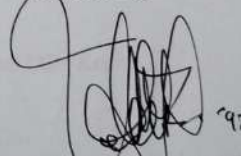
Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Dr. Binti Mutafarida, SE, MEI
NIDN. 2104108403

Pembimbing II



Oktaria Ardika Putri, S.Si, MM
NIP. 199310052019032017

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN BAJU BEKAS (*THRIFTING*)
DITINJAU DARI PERPEKTIF MARKETING SYARIAH
(Studi pada Hunter Bekas Store)

REZA PUTRA YUSTIKA
NIM 9.313.296.18

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 18 Juli 2023

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Achmad Munif, S.E, MM.
NIP. 196910252003121001

(.....)

2. Penguji I

Dr. Binti Mutafarida, SE. MEI
NIDN. 2104108403

(.....)

3. Penguji II

Oktaria Ardika Putri, S.Si, MM
NIP. 199310052019032017

(.....)

Kediri, 27 Juli 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri



H. Imam Annas Muslih, M. HI
NIP. 197501011998031002

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN BAJU BEKAS (*THRIFTING*) DITINJAU DARI
PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH.
(Studi Kasus di Hunter Bekas Store)**

REZA PUTRA YUSTIKA

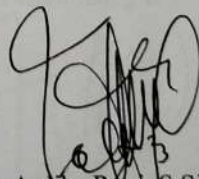
NIM. 9.313.296.18

Disetujui Oleh :

Pembimbing I


Dr. Binti Mutafarida, SE, MEI
NIDN. 2104108403

Pembimbing II


Oktaria Ardiya Putri, S.Si, MM
NIP. 199310052019032017

NOTA DINAS

Kediri, 27 Juli 2023

Lampiran : 3 (tiga) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi
Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di Jl. Sunan Ampel No. 07 – Ngronggo
Kediri
Assalamualaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : REZA PUTRA YUSTIKA
NIM : 9.313.296.18
Judul : STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BAJU BEKAS (*THRIFTING*) DITINJAU DARI PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH (Studi Kasus di Hunter Bekas Store).

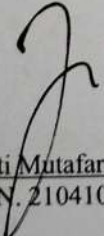
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1)

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang Munaqosah.

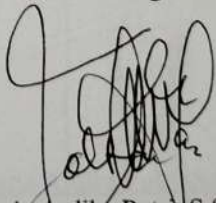
Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing I


Dr. Binti Mutafarida, SE, MEI
NIDN. 2104108403

Pembimbing II


Oktaria Ardika Putri, S.Si, MM
NIP. 199310052019032017

MOTTO

وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا

“Dan kami telah membuat waktu siang untuk mengusahakan kehiupan (Bekerja)”
(QS. An-Naba : 11)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur kepada Allah SWT atas karunia, nikmat, dan keindahan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibuku dan Ayahku tercinta yang telah memberikan dukungan moril dan materiil, serta doa-doa yang tak pernah putus sepanjang masa.
2. Yang terhormat Dosen Pembimbing I, Ibu Dr. Binti Mutafarida, MEI Yang telah melimpahkan ilmu, meluangkan waktu, membimbing, dan memberi nasihat serta masukkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Yang terhormat Dosen Pembimbing II, Ibu Oktaria Ardika Putri, S.Si, MM Yang telah melimpahkan ilmu, meluangkan waktu, membimbing, dan memberi nasihat serta masukkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Teman spesial yang selalu meluangkan waktu dan memberi semangat untuk skripsi ini Fitria Rahayu Putri, teman sambat Abel Rendy, Vikal Nikita, dan Yahya Agus.
5. Teman-teman kost yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu dan selalu memberikan dukungan agar skripsi ini terselesaikan.
6. Untuk Bapak pemilik Hunter Bekas Store Vicky Hasan Taufiqurrahman, dan jajaran karyawan.
7. Untuk almamaterku tercinta Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.

ABSTRAK

Reza Putra Yustika, 2023. Strategi Pemasaran Melalui Media Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Baju Bekas (*Thrifting*) Ditinjau dari Perspektif Marketing Syariah (Studi pada Hunter Bekas Store). Progam Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dosen Pembimbing (1) Ibu Dr. Binti Mutafarida, MEI (2) Ibu Oktaria Ardika Putri, S.Si, MM.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Volume Penjualan, Baju Bekas

Skripsi ini merupakan suatu kajian ilmiah yang membahas tentang strategi pemasaran melalui media Instagram dalam meningkatkan volume penjualan di Hunter Bekas Store. Penelitian ini memiliki tujuan guna menjawab pertanyaan bagaimana strategi pemasaran melalui media Instagram di Hunter Bekas Store dan bagaimana strategi pemasaran Instagram dalam meningkatkan volume penjualan di Hunter Bekas Store

Jenis penelitian ini memakai pendekatan kualitatif deskriptif. Pengambilan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilaksanakan dengan pemilik usaha dan karyawan di Hunter Bekas Store. Peneliti juga melaksanakan pengecekan keabsahan data diantara lain keikutsertaan peneliti, penentuan pengamatan dalam observasi dan triangulasi. Tahap terakhir yakni tahap pra lapangan, tahap dilapangan, tahap analisa dan tahap penulisan laporan.

Hasil penelitian ini menunjukkan jika (1) pada tahun 2019 awal berdirinya Hunter Bekas Store masih menggunakan metode penjualan konvensional , kemudian pada tahun 2020 beralih ke penjualan dengan sistem *online* dengan Instagram sebagai media pemasarannya. Hunter Bekas Store selalu memberikan pelayanan yang bagus serta produk yang dijamin kebersihannya. Proses pemasaran di Hunter Bekas Store dimulai dari mencari stok baju bekas ke Pasar Gombek dan membeli dengan sistem bal-balan, kemudian barang yang telah dipilih akan dicuci di laundry milik Hunter Bekas Store sendiri dan kemudian ke proses pemotretan lalu posting di Instagram untuk lanjut keproses packing dan kirim jika barang sudah dibeli oleh konsumen. (2) Strategi pemasaran dengan media Instagram yang dilaksanakan di Hunter Bekas Store terbukti mampu meningkatkan penjualan pada tahun 2022 dan 2023 dengan memanfaatkan fitur-fitur pada Instagram serta melakukan pelayanan sebaik mungkin.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji hanya milik Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan semua nikmat-Nya kepada kita semua khususnya kepada penulis sehingga terselesaikannya penulisan skripsi IAIN Kediri tahun 2022 ini. Tidak lupa shalawat beserta salam penulis haturkan, semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S.1) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.

Selama menyusun skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada.

1. Bapak Dr. Wahidul Anam selaku Rektor IAIN Kediri dan Seluruh jajarannya yang senantiasa mencurahkan dengan penuh keikhlasan dalam rangka pengembangan mutu dan kualitas IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Muslih, M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Dr. Binti Mutafarida, MEI selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan Ibu Oktaria Ardika Putri, S.Si, MM selaku Dosen

Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

4. Seluruh Tenaga Dosen, Pegawai Staff Akademik, Tata Usaha khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas segala bantuan dan bimbingan selama ini.
5. Terkhusus kepada Orang Tua tercinta yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, dan mengiringi setiap Langkah penulis dengan doa yang tulus, kesabarannya serta tidak henti-hentinya memberikan dukungan baik secara moral maupun materiilnya.
6. Teman-teman seperjuangan Program Studi Eknomoi Syariah Angkatan 2018.
7. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Kediri, 27 Juli 2023
Penulis,

Reza Putra Yustika

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
NOTA DINAS	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Telaah Pustaka	11
BAB II	15
LANDASAN TEORI	15
A. Strategi Pemasaran	15
1. Pengertian Strategi.....	15
2. Pengertian Strategi Pemasaran.....	15
3. Konsep Strategi Pemasaran	18
B. Instagram	19
1. Pengertian Instagram	19
2. Sejarah Instagram.....	21

3.	Fitur-fitur Instagram.....	22
4.	Kelebihan dan Kekurangan Instagram.....	23
C.	Peningkatan Penjualan.....	24
1.	Pengertian Peningkatan Penjualan	24
2.	Tujuan Penjualan.....	25
3.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	26
D.	Marketing Syariah.....	26
1.	Pengertian Marketing Syariah	26
2.	Prinsip Marketing Syariah	29
3.	Tujuan Marketing Syariah	31
4.	Konsep Marketing Syariah	31
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
A.	Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	33
B.	Lokasi Penelitian	33
C.	Kehadiran Peneliti.....	34
D.	Data dan Sumber Data	34
1.	Data Primer	35
2.	Data Sekunder	35
E.	Teknik Pengumpulan Data	36
1.	Wawancara	36
2.	Observasi	37
3.	Dokumen.....	38
F.	Teknik Analisis Data	38
1.	Reduksi Data	38

2.	Penyajian Data.....	39
3.	Penarikan Kesimpulan	39
G.	Pengecekan Keabsahan Data.....	39
1.	Perpanjangan Pengamatan.....	39
2.	Meningkatkan Ketekunan.....	40
3.	Triangulasi	41
H.	Tahap-tahap Penelitian	42
1.	Tahap Persiapan	42
2.	Tahap Implementasi.....	42
3.	Tahap Analisis Data.....	42
4.	Tahap Penulisan Laporan	43
BAB IV		44
PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....		44
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1.	Sejarah Berdirinya Hunter Bekas Store.....	44
2.	Logo Hunter Bekas Store	46
3.	Struktur Organisasi Hunter Bekas Store.....	46
B.	Paparan Data Objek Penelitian.....	47
1.	Proses Pemasaran Baju Bekas Hunter Bekas Store	47
2.	Strategi Pemasaran Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan di Hunter Bekas Store.	56
C.	Temuan Penelitian.....	64
1.	Strategi Pemasaran Melalui Media Instagram di Hunter Bekas Store.....	64
2.	Strategi Pemasaran Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan di Hunter Bekas Store.....	66

BAB V.....	67
PEMBAHASAN.....	67
A. Strategi Pemasaran Hunter Bekas Store Melalui Media Instagram.....	67
B. Strategi Pemasaran Instagram dalam Meningkatkan Penjualan di Hunter Bekas Store.....	70
BAB VI.....	75
PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	80