

STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

DILIHAT DARI SUDUT PANDANG *SHARIAH MARKETING*

(Studi Kasus: Butik Elita Kerudung)



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Afifah Nur 'Aini

NPM: 20160730140

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2020

STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

DILIHAT DARI SUDUT PANDANG *SHARIAH MARKETING*

(Studi Kasus: Butik Elita Kerudung)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S.E) Strata Satu

Pada Prodi Ekonomi Syariah

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

Nama: Afifah Nur 'Aini

NPM: 20160730140

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2020

NOTA DINAS

Lamp : 3 eks Skripsi
Hal : Persetujuan

Yogyakarta, 30 Mei 2020

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah menerima dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa proposal skripsi saudara/i:

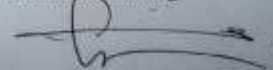
Nama : Afifah Nur 'Aini
NPM : 20160730140
Judul : STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DILIHAT DARI SUDUT PANDANG
SHARIAH MARKETING (Studi Kasus: Butik Elita
Kerudung)

Telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat Sarjana pada Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Bersama ini saya sampaikan naskah skripsi tersebut dengan harapan dapat diterima dan segera dimunaqasyahkan.

Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



Syakir Jamaluddin, S.Ag., M.A

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Afifah Nur 'Aini
NPM : 20160730140
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : STRATEGI PEMASARAN MELALUT MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DILIHAT DARI SUDUT
PANDANG SHARIAH MARKETING (Studi Kasus:
Butik Elita Kerudung)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 30 Mei 2020

Yang membuat pernyataan,


Afifah Nur 'Aini

HALAMAN MOTTO

Manusia sejatinya hanya bisa berharap, untuk selanjutnya Allah

yang menentukan semua

Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan

(QS- Al Insyirah ayat 5)

Selesaikan apa yang menjadi tanggung jawabmu

Tak apa menunda, asal selesai tepat pada waktunya

Kamu boleh mengeluh, tapi kamu tidak boleh menyerah

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Skripsi sederhana yang saya kerjakan dengan penuh perjuangan ini, ku persembahkan kepada :

Bapak dan Ibuku tercinta (Bapak Suwarno dan Ibu Sri Watini S.Pd)

Kakak laki-laki ku (Wachid Ahmad Hidayat)

Adik laki-laki ku (Arif Nur Rohman)

Almamater tercinta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Terimakasih telah merawat, membesarkan, memperhatikan, mendukung, menjaga dan senantiasa selalu memberikan do'a yang selalu menyertai setiap langkah perjalanan hidupku.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DILIHAT DARI SUDUT PANDANG SHARIAH MARKETING (STUDI KASUS PADA BUTIK ELITA KERUDUNG)”** yang diajukan sebagai syarat untuk menempuh jenjang Strata I (satu) di Program Studi Ekonomi Syariah Konsentrasi Muamalat Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Shalawat serta salam tak lupa penulis panjatkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat dan pengikutnya yang telah memberikan tuntunan menuju jalan yang terang (ilmu pengetahuan) dengan akhlak yang mulia.

Tujuan penulis menyusun skripsi ini adalah untuk memberikan tambahan pengetahuan secara garis besar mengenai strategi pemasaran melalui media sosial instagram dilihat dari sudut pandang *shariah marketing* yang ada pada Butik Elita Kerudung. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini belum sempurna karena sejatinya kesempurnaan hanyalah milik Allah semata. maka dari itu, penulisa sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk dapat dijadikan sebagai pelajaran di kemudian hari.

Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan tentunya karena adanya dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr.Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Akif Khilmiah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang senantiasa tanggap terhadap permasalahan mahasiswa/i.
4. Ibu Dr. Maesyaroh, M.A selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang bijaksana dan selalu memperhatikan mahasiswa/i dan mempermudah segala proses sehingga mempermudah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Rozikan, S.Ei, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membantu mahasiswa/i dalam membantu menyelesaikan masalah kampus yang dihadapi
6. Bapak Syakir Jamaluddin, S.Ag., M.Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar, bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam setiap permasalahan yang dihadapi penulis dalam penyusunan skripsi ini.

7. Bapak Ibu dosen, serta para staf dan karyawan UMY yang telah memberikan motivasi dan juga ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Pimpinan Butik Elita Kerudung, Elita Barbara selaku pemilik Butik yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian disana, dan telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam memperoleh informasi yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
9. Kedua orang tua yang penulis cintai Bapak Suwarno dan Ibu Sri Watini S.Pd yang selalu mendoakanku dalam setiap sujudnya, mendukung dalam pengerjaan skripsi ini agar cepat selesai. Terimakasih Bapak Ibuk selalu memberikan yang terbaik dalam hidupku.
10. Terimakasih kepada Mas Wachid dan Dek Arif telah menjadi saudara laki-laki yang selalu menjaga dan mau direpotkan selama ini.
11. Teman satu angkatan dari awal menjadi Maba hingga akhirnya menjadi Sarjana, kelas D Ekonomi Syariah. Terimakasih selalu membantu dalam setiap tugas yang diberikan kepada dosen. Teruntuk Amel, Rahma, Suvi, Tiyas, Aji terimakasih selalu mau direpotkan selama ini. Fia, Silvy, Sita, Khusni, Diyah, Hanna, Itun terimakasih selalu menemani dan mengingatkan penulis untuk pergi ke Perpustakaan UMY guna mengerjakan skripsi ini agar cepat selesai. Teruntuk Alifiana Rahmah terimakasih yaa sudah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terimakasih kepada Vicky, Ayunda dan Sartika yang selalu memberikan semangat dan supportnya selama ini.

13. Terimakasih kepada “Lambe Turah” (Clara, Kiki, Dinda, Via) dan Anggrek yang selalu memberikan keceriaan setiap pembahasan dalam pertemuan kita yang tak pernah henti tertawa.
14. Terimakasih kepada teman-teman KKN 171 UMY tahun 2019 yang juga selalu memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
15. Terimakasih kepada Namirah, Titik, Olak yang menemani hari-hariku ketika hidup di Kontrakan Jogja.
16. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, namun telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita selalu terikat dalam Ukhuwah Islamiyah.

Teruntuk semua yang tertulis diatas, tidak mungkin penulis dapat membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga Allah SWT membalas perbuatan baik kalian semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 30 Mei 2020

Afifah Nur'Aini

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------------------------|
| NOTA DINAS..... | Error! Bookmark not defined. |
| PENGESAHAN | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN | Error! Bookmark not defined. |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| ABSTRACT | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 7 |
| C. Tujuan | 7 |
| 2. Untuk mengetahui strategi pemasaran berdasarkan cara berniaga yang dilakukan oleh Rasulullah..... | 7 |
| D. Manfaat..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI | 9 |
| A. Tinjauan Pustaka | 9 |
| B. Kerangka Teori | 15 |
| 1. Strategi Pemasaran | 15 |
| 2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 19 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 40 |
| A. Jenis Penelitian..... | 40 |
| B. Sumber dan Jenis Data..... | 40 |
| C. Populasi dan Sampel | 42 |
| D. Metode Pengumpulan Data..... | 43 |
| E. Teknik Keabsahan Data | 45 |

| | |
|--|-----------|
| F. Teknik Analisis Data | 46 |
| BAB IV HASIL DAN ANALISIS | 48 |
| A. Profil Butik Elita Kerudung | 48 |
| 1. Sejarah Berdirinya Butik Elita Kerudung | 48 |
| 2. Lokasi Berdirinya Butik Elita Kerudung | 49 |
| 3. Logo dan Tagline Butik Elita Kerudung | 51 |
| 4. Sasaran dan Tujuan | 52 |
| 5. Struktur Organisasi Pada Butik Elita Kerudung | 52 |
| 6. Pemasaran Butik Elita Kerudung | 53 |
| 7. Target Pasar Elita Kerudung | 57 |
| 8. Produk Yang Dijual di Butik Elita Kerudung | 58 |
| 9. Kelebihan dan Kekurangan Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Elita Kerudung | 58 |
| B. Deskripsi Data | 59 |
| 1. Karakteristik Responden | 59 |
| C. Analisis | 62 |
| 1. Strategi Pemasaran Butik Elita Kerudung | 62 |
| 2. Penerapan <i>Shariah Marketing</i> Pada Butik Elita Kerudung | 67 |
| 3. Pemasaran Elita Kerudung Melalui Media Sosial Instagram | 75 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 92 |
| A. Kesimpulan | 92 |
| B. Saran | 94 |
| DAFTAR PUSTAKA | 95 |
| LAMPIRAN | 96 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar I.1 Pengguna Internet Di Indonesia 2018..... | 2 |
| Gambar I.2 Pengguna Internet Berdasarkan Usia | 3 |
| Gambar III.1 Triangulasi Sumber | 46 |
| Gambar IV.1 Lokasi Butik Elita | 50 |
| Gambar IV.2 Struktur Organisasi Butik Elita | 53 |
| Gambar IV.3 Responden Berdasarkan Usia..... | 59 |
| Gambar IV.4 Responden Yang Mengikuti Instagram Elita Kerudung | 60 |
| Gambar IV.5 Responden Yang Pernah Berbelanja Online | 61 |
| Gambar IV.6 Grafik Pertanyaan Responden..... | 76 |
| Gambar IV.7 Grafik Pertanyaan Responden..... | 80 |
| Gambar IV.8 Grafik Pertanyaan Responden..... | 85 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--------------------------------------|---|
| Table II.1 Penelitian Terdahulu..... | 9 |
|--------------------------------------|---|

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Pertanyaan Responden
2. Lembar Pertanyaan Butik Elita Kerudung
3. Lembar Pertanyaan Dosen Pakar
4. Hasil Wawancara Responden
5. Hasil Wawancara Butik Elita Kerudung
6. Hasil Wawancara Dosen Pakar
7. Dokumentasi Foto