

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Promosi Media Online Untuk Meningkatkan Penjualan Pakaian Thrift Dari Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus : Toko Thrift Pangling Store kota Bukittinggi)” Disusun oleh Mutia Mutiara NIM. 3722057 Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Penjualan toko thrift pangling store belum menunjukan perkembangan yang stabil, ditandai dengan naik turunnya omzet setiap bulan sehingga diperlukan strategi promosi untuk menarik minat konsumen dalam meningkatkan penjualan, serta pemanfaatan media promosi online yang masih terbatas. Oleh karena itu penelitian bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis strategi promosi melalui media online yang efektif dalam meningkatkan penjualan pakaian thrift pangling store, ditinjau dari perspektif Manajemen Bisnis Syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena yang terjadi berdasarkan kondisi nyata di lapangan. sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, Informan dari penelitian yang penulis ambil adalah 5 informan yang berkaitan dengan permasalahan yang penulis ambil yaitu kepada pemilik toko, karyawan toko serta konsumen atau pengikut di media online toko thrift pangling store. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data meliputi tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi promosi media online yang diterapkan oleh toko thrift pangling store kota bukittinggi menggunakan bauran promosi (promotion mix) yang meliputi periklanann, promosi penjualan, penjualan pribadi, publisitas dan pemasaran langsung melalui media sosial. Strategi ini dijalankan melalui pemanfaatan Instagram dan tiktok, seperti unggahan konten produk live streaming, kerja sama dengan influencer local pemberian diskon, promo khusus, serta interaksi langsung dengan konsumen. Ditinjau dari perspektif Manajemen bisnis syariah strategi promosi tersebut telah sesuai dengan prinsip kejujuran, transparansi, dan keterbukaan informasi, produk serta penetapan harga, sehingga terhindar dari unsur penipuan dan gharar dan tidak merugikan konsumen

Kata kunci : Strategi Promosi Media Online, Penjualan, Pakaian Thrift, Manajemen Bisnis Syariah