

**ANALISIS KEGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI SARANA PROMOSI PRODUK “WS BOUTIQUE
KENDARI” DITINJAU DARI PERSPEKTIF
EKONOMI SYARIAH**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menyandang Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

HESMI DEWIYANTI
NIM. 2020050101115

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
2023**

**ANALISIS KEGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI SARANA PROMOSI PRODUK “WS BOUTIQUE
KENDARI” DITINJAU DARI PERSPEKTIF
EKONOMI SYARIAH**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menyandang Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

HESMI DEWIYANTI
NIM. 2020050101115

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara
Telp/Fax. (0401) 3193710/ 3193710
email : iainkendari@yahoo.co.id website : http://iainkendari.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul "Analisis kegunaan media sosial instagram sebagai sarana promosi produk WS Boutique Kendari ditinjau dari prespektif ekonomi syariah" yang ditulis oleh HESMI DEWIYANTI NIM. 2020050101115 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada hari Rabu tanggal 22 November 2023 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (SE).

Dewan Penguji Skripsi

Ketua	:	Dr. Wahyuddin Maguni SE, M.Si.	(.....)
Sekretaris	:	Nurjannah, S.Kom., M.Pd.	(.....)
Anggota1	:	Muljibir Rahman S.EI, M.E.Sy.	(.....)
Anggota2	:	Miftahur Rahman Hakim, SEI., ME.	(.....)

Kendari, 20 Desember 2023
Dekan

Dr. Muhammad Hadi, M.H.I.
NIP. 197508152009011011

Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :

"Menjadi Program Studi Terdepan dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah Yang Transdisipliner"

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi berjudul “*Analisis Kegunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Produk WS Boutique Kendari Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah*” dibawah bimbingan Bapak Dr. Wahyudin Maguni SE, M.Si dan Ibu Nurjannah S. Kom., M.Pd telah diperoleh dan disajikan sesuai dengan peraturan akademik dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang telah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Semua sumber rujukan yang digunakan dalam skripsi ini telah disebutkan di daftar pustaka. Dengan penuh kesadaran saya menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya saya sendiri. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat dan atau dibuatkan oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Kendari, 15 November 2023

Penulis skripsi,

**Hesmi Dewiyanti**
NIM.2020050101115

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Institut Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hesmi Dewiyanti
NIM : 2020050101115
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Kendari Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Analisis Kegunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi
Produk WS Boutique Kendari Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Kendari

Pada Tanggal : 15 November 2023

Yang menyatakan



Hesmi Dewiyanti
2020050101115

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt., yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah, dan Inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw., yang telah membawa islam sebagai Rahmatanlil'alamiin beserta keluarga-Nya, para sahabat-Nya, para Tabiin-tabi'at-Nya dan semoga sampai kepada kita semua selaku umat-Nya mendapatkan syafaat-Nya, Aminn.

Rasa syukur yang tak terkira bagi penulis karena telah menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Analisis Kegunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Produk WS Boutique Kendari Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang setinggi-tingginya dengan segala keikhlasan hati kepada kedua orang tua penulis, cinta pertama dan panutan penulis Ayahanda Badawi Dg Mappuji (alm) dan pintu surgaku Ibunda ibu Nurkaya (almh), mereka telah banyak berperan penting dalam hidup penulis. Dan terimakasih kepada kakak-kakak serta adik-adik saya yang telah membantu baik moral maupun material dengan iringan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Secara khusus penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kakak penulis Hildam yang telah banyak

membantu selama masa pendidikan penulis. Penyusunan hasil penelitian ini tidak lepas dari adanya bimbingan, motivasi, dan arahan dari berbagai pihak, untuk itu penulis menghaturkan terima kasih kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari Bapak Prof. Dr. Husain Insawan M.Ag yang telah memberikan sarana dan fasilitas serta kebijakan yang mendukung penyelesaian studi penulis.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak Dr. H. Muhammad Hadi M.HI yang telah memberikan dukungan.
3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah Bapak Adzil Arsyi Sabana SE, ME yang senantiasa memberi Motivasi, bimbingan, arahan, nasehat dan saran kepada penulis.
4. Kepada pembimbing I Bapak DR. Wahyudin Maguni SE, M.SI dan pembimbing II Ibu Nurjannah S.Kom, M.Pd yang sabar dan tak pernah lelah dalam memberikan bimbingan, nasehat serta dukungan kepada penulis.
5. Kepada Bapak Muljibir Rahman S.El, M.E.Sy. selaku dosen penguji I dan Bapak Miftahur Rahman Hakim, SEI., ME. Selaku dosen penguji II yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan dan juga nasehat kepada penulis.
6. Kepada Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dari semester awal hingga semester akhir dalam studi ini.

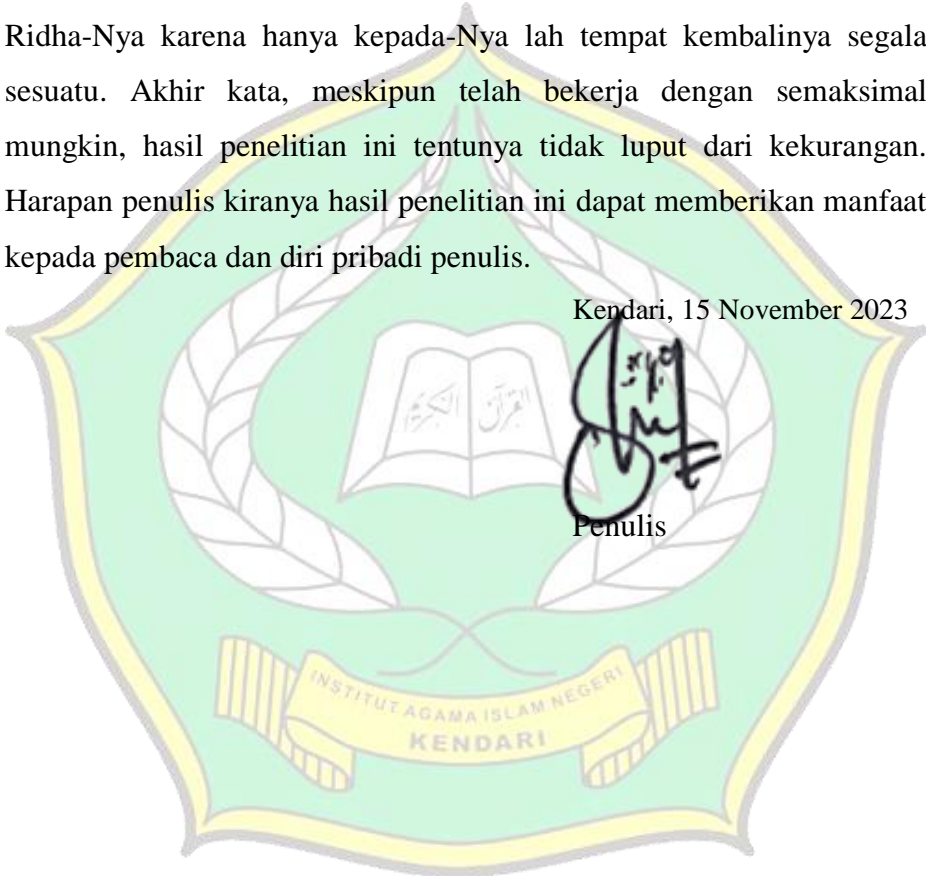
7. Kepada seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah melayani setiap keperluan penulis dalam menyelesaikan studi ini.
8. Kepada kepala perpustakaan IAIN Kendari yang telah menyediakan fasilitas studi perpustakaan.
9. Kepada Ibu Windyartika selaku owner WS Boutique dan followers sekaligus pelanggan WS Boutique yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan bersedia untuk menjadi responden.
10. Kepada sahabat penulis Mirnayanti, Andi Khaerunnisa, Resa Tonapa, Anita Indi, Nur Rahma, Suci Rahmayani, Nurul Izmi, dan Nada Cahya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada kalian karena telah menjadi teman terbaik penulis dan memberi banyak pelajaran selama perkuliahan ini. Pengalaman yang luar biasa ini akan menjadi kenangan yang tidak terlupakan dan akan sangat dirindukan. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 Program Studi Ekonomi Syariah. Terima kasih banyak atas dukungan dan semangat yang diberikan untuk penulis.
11. Kepada teman-teman KKN Reguler posko 23, terima kasih telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
12. Seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
13. Terima kasih pada diri saya sendiri karena telah melakukan upaya dan perjuangan yang luar biasa sepanjang waktu ini. Ini adalah pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri saya sendiri karena saya dapat mengendalikan diri saya dari berbagai tekanan dalam

situasi apa pun dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah pada kesulitan apapun dalam proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin..

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmatnya kepada kita semua. Dengan segala kerendahan hati dan senantiasa mengharapkan Ridha-Nya karena hanya kepada-Nya lah tempat kembalinya segala sesuatu. Akhir kata, meskipun telah bekerja dengan semaksimal mungkin, hasil penelitian ini tentunya tidak luput dari kekurangan. Harapan penulis kiranya hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca dan diri pribadi penulis.

Kendari, 15 November 2023

Penulis



ABSTRAK

Hesmi Dewiyanti, NIM : 2020050101115. “Analisis Kegunaan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Produk WS Boutique Kendari Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, melalui pembimbing I DR. Wahyudin Maguni SE, M.SI dan pembimbing II Nurjannah S.Kom, M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi produk WS Boutique Kendari Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: (1) kegunaan media sosial Instagram WS Boutique Kendari dalam memenuhi kebutuhan fashion konsumen (2) Bagaimana strategi promosi melalui penggunaan media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan produk WS Boutique Kendari, (3) Bagaimana tinjauan perspektif ekonomi syariah terkait promosi produk WS Boutique Kendari melalui Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan datanya adalah melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa : (1) Kehadiran Instagram sangat berguna bagi WS Boutique untuk kegiatan promosinya. WS boutique dapat melakukan promosi dimana saja dan kapan saja. Selain itu, dengan adanya akun Instagram WS Boutique banyak konsumen yang merasa terbantu dalam mencari inspirasi dan pemenuhan kebutuhan fashion mereka. (2) Dalam melakukan promosi WS Boutique selalu memaksimalkan fitur-fitur yang ada di Instagram dalam kegiatan promosinya. Fitur yang paling sering digunakan adalah Instagram story dan live. Kedua fitur ini terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah penjualan produknya. (3) Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada para responden menunjukkan bahwa segala aktivitas bisnis yang dilakukan oleh WS Boutique telah sesuai dengan yang Rasulullah ajarkan dalam berdagang, diantaranya shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh.

Kata Kunci : Instagram, Promosi, Ekonomi Islam

ABSTRACT

Hesmi Dewiyanti, NIM : 2020050101115, “Analysis of the Usefulness of Instagram Social Media as a Means of Promotion for WS Boutique Kendari Products Seen from a Sharia Economic Perspective” Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic Institute (IAIN) Kendari, through supervisor I DR. Wahyudin Maguni SE, M.SI and supervisor II Nurjannah S. Kom, M.Pd

This research aims to analyze the use of Instagram social media as a means of promoting WS Boutique Kendari products from a Sharia Economic Perspective. The formulation of the problem in this research is: (1) the use of Instagram WS Boutique Kendari social media in meeting consumer fashion needs (2) What is the promotional strategy through the use of Instagram social media in increasing sales of WS Boutique Kendari products, (3) How is the review of the related sharia economic perspective promotion of WS Boutique Kendari products via Instagram. This research uses a qualitative approach with data collection methods through interviews, observation and documentation. The results of this research explain that: (1) The presence of Instagram is very useful for WS Boutique for its promotional activities. WS boutique can carry out promotions anywhere and anytime. Apart from that, with the WS Boutique Instagram account, many consumers feel helped in finding inspiration and fulfilling their fashion needs. (2) When promoting WS Boutique, it always maximizes the features on Instagram in its promotional activities. The most frequently used features are Instagram stories and live. These two features have proven effective in increasing the number of product sales. (3) Based on the results of interviews conducted by researchers with respondents, it shows that all business activities carried out by WS Boutique are in accordance with what the Prophet taught in trading, including shiddiq, amanah, fathanah, and tabligh.

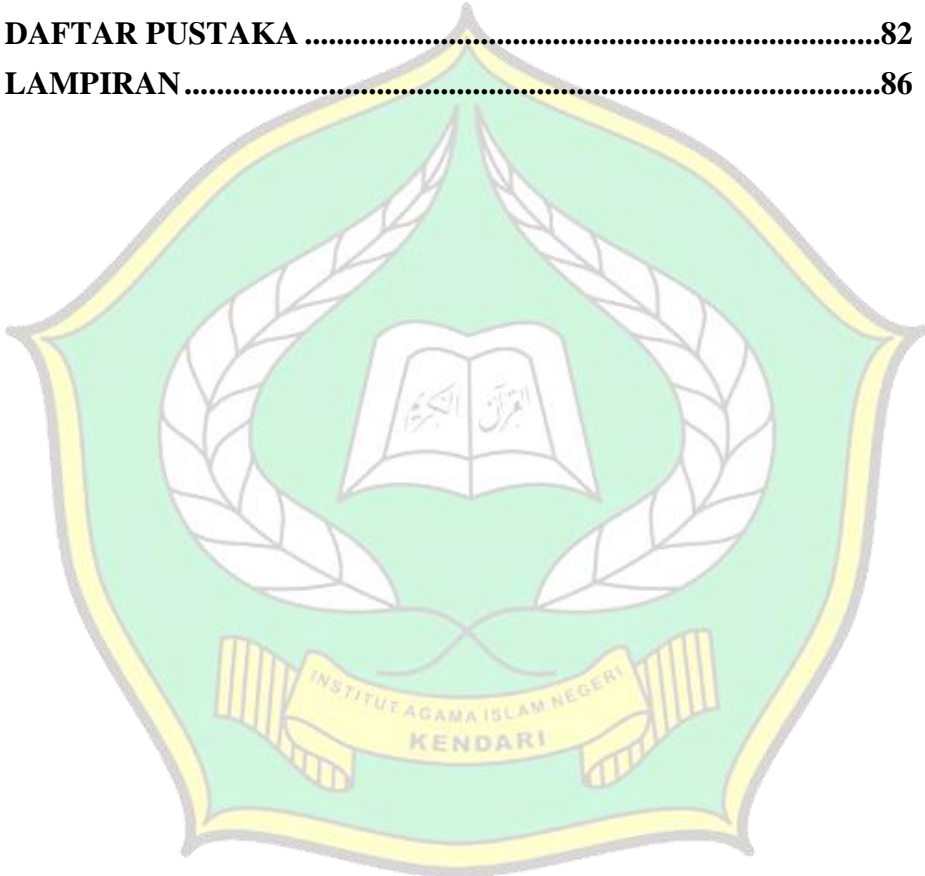
Keywords : Instagram, Promotion, Islamic Economics

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL...	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Definisi Operasional	11
1.7 Sistematika Pembahasan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	15
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Teori <i>Utility</i>	21
2.2.2 Promosi	25
2.2.3 Promosi dalam perspektif ekonomi islam	30
2.3 Grand Teori	36

2.4	Kerangka Pikir	44
BAB III METODE PENELITIAN		46
3.1	Jenis dan pendekatan penelitian.....	46
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
3.3	Data dan Sumber Data	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data	47
3.5	Teknik Analisis Data	48
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	51
4.1.1	Sejarah WS Boutique Kendari	51
4.1.2	Visi dan Misi WS Boutique Kendari.....	52
4.1.3	Gambaran umum informan penelitian.....	52
4.2	Hasil Penelitian.....	53
4.2.1	Kegunaan media sosial Instagram WS Boutique Kendari dalam memenuhi kebutuhan fashion konsumen	54
4.2.2	Strategi promosi melalui penggunaan media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan produk WS Boutique Kendari	56
4.2.3	Tinjauan perspektif ekonomi syariah terkait promosi produk WS Boutique Kendari	66
4.3	Pembahasan	74
4.3.1	Kegunaan media sosial Instagram WS Boutique Kendari dalam memenuhi kebutuhan fashion konsumen	74
4.3.2	Strategi promosi melalui penggunaan media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan produk WS Boutique Kendari	75

4.3.3 Tinjauan perspektif ekonomi syariah terkait promosi produk WS Boutique Kendari melalui Instagram.....	76
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	86



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Januari 2019 - Agustus 2023	5
Tabel 4.1 Data Informan Kunci.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Akun <i>instagram</i> @ws_olshop kendari	6
Gambar 2.1	Kerangka Pikir	45
Gambar 4.1	Tampilan <i>instastory</i> WS Olshop Kendari.....	57
Gambar 4.2	Proses Pembelian Produk Hingga Tahap Pembayaran.....	59
Gambar 4.3	Penggunaan fitur live oleh WS Olshop Kendari.....	59
Gambar 4.4	Komentar di Postingan WS Olshop Kendari	62
Gambar 4.5	Postingan WS Olshop Kendari	63
Gambar 4.6	Pemberian Diskon ke Konsumen.....	65
Gambar 4.7	Perbandingan Gambar Postingan dan Gambar Asli produk WS Boutique	68
Gambar 4.8	Bukti Pembelian <i>Customers</i>	70
Gambar 4.9	Bukti Percakapan WS Olshop Kendari kepada pelanggan	72
Gambar 4.10	Bukti Penerapan Sikap Komunikatif ke Calon Customers	74