

**STRATEGI PENGELOLAAN PENJUALAN OFFLINE DAN
ONLINE SEBAGAI UPAYA PENINGKATKAN OMZET
PRODUK HALAL FASHION TOKO ARMINA UMIR FASHION
MOJOKERTO**

SKRIPSI

Oleh

NUR FADHILAH AHMADAH

NIM 08040422159



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2026**

PERNYATAAN

Saya, Nur Fadhilah Ahmadah, 08040422159, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 24 Mei 2025

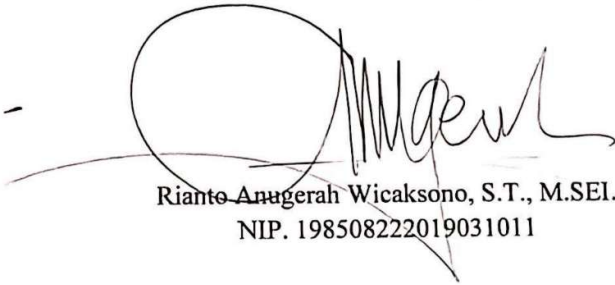

Fadhilah Ahmadah

LEMBAR PERSETUJUAN

Surabaya, 2 Juni 2026

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



Rianto Anugerah Wicaksono, S.T., M.SEI.
NIP. 198508222019031011

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI PENGELOLAAN PENJUALAN OFFLINE DAN ONLINE SEBAGAI UPAYA PENINGKATKAN OMZET PRODUK HALAL FASHION TOKO ARMINA UMIR FASHION MOJOKERTO

Oleh:

Nur Fadhilah Ahmadah

NIM. 08040422159

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 9 Juni 2026 dan dinyatakan syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Rianto Anugerah Wicaksono, S.T., M.SEI.
NIP. 198508222019031011
(Penguji 1)
2. Dr. Sri Wigati, M.E.I
NIP. 197302212009122001
(Penguji 2)
3. Dr. M. Luthfillah Habibi, SEI, MSA, Ak.
NIP. 198101222023211008
(Penguji 3)
4. Ajeng Tita Nawangsari, S.E.,M.A.,Ak
NIP. 198708282019032013
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 13 Juni 2026



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini,
saya:

Nama : NUR FADHILAH AHMADAH
NIM : 08040422159
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH
E-mail address : dhilaahmadah123@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya
ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

STRATEGI PENGELOLAAN PENJUALAN OFFLINE DAN ONLINE SEBAGAI

UPAYA PENINGKATAN OMZET PRODUK HALAL FASHION TOKO ARMINA

UMIR FASHION MOJOKERTO

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini
Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN
Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak
Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Juni 2026

Penulis



(NUR FADHILAH AHMADAH)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha mengintegrasikan penjualan offline dan online untuk meningkatkan daya saing dan omzet. Toko Armina Umir Fashion Mojokerto menghadapi kendala seperti promosi digital belum konsisten, media sosial tidak terjadwal, dan integrasi stok kurang optimal. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat pengelolaan penjualan offline-online serta merumuskan strategi peningkatan omzet produk halal fashion.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, diskusi partisipatif, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan uji keabsahan data melalui perpanjangan pengamatan dan triangulasi sumber serta teknik.

Hasil penelitian menunjukkan faktor pendukung meliputi kualitas produk, pelayanan baik, loyalitas pelanggan, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace. Faktor penghambatnya adalah promosi digital belum optimal, konten tidak terorganisasi, dan stok belum terintegrasi maksimal. Strategi yang dirumuskan dan diterapkan meliputi penjadwalan unggahan rutin 3 kali sehari, live streaming 2 kali sehari, optimalisasi marketplace, pemisahan stok offline-online dengan stock opname berkala, serta pembagian jenis produk pada setiap waktu unggahan.

Meskipun belum signifikan meningkatkan omzet dalam periode penelitian, strategi tersebut berhasil meningkatkan aktivitas pelanggan di kanal online dan pengelolaan stok yang lebih terintegrasi. Dari perspektif marketing Islam, strategi yang diterapkan telah sesuai dengan prinsip keadilan, kerelaan, dan larangan gharar. Penelitian menyimpulkan bahwa integrasi penjualan offline dan online dapat meningkatkan efektivitas operasional dan mendukung perkembangan usaha ritel fashion.

Kata Kunci: Pengelolaan Penjualan, Penjualan Offline, Penjualan Online, Omzet Penjualan

ABSTRACT

Advances in digital technology are driving businesses to integrate offline and online sales to boost competitiveness and revenue. Armina Umir Fashion in Mojokerto faces challenges such as inconsistent digital promotions, unscheduled social media posts, and suboptimal inventory integration. This study aims to identify the factors that support and hinder the management of offline-online sales and to formulate strategies for increasing revenue from halal fashion products.

The study employed a qualitative approach using the case study method. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, participatory discussions, and documentation. Data analysis involved data reduction, data presentation, and drawing conclusions, with data validity tested through extended observation and triangulation of sources and techniques.

The results indicate that supporting factors include product quality, good service, customer loyalty, and the effective use of social media and marketplaces. The inhibiting factors are suboptimal digital promotion, disorganized content, and insufficiently integrated inventory management. The strategies formulated and implemented include scheduling regular posts three times a day, live streaming twice a day, optimizing the marketplace, separating offline and online inventory through periodic stock takings, and categorizing product types for each posting time.

Although it did not significantly increase revenue during the study period, the strategy succeeded in boosting customer activity on online channels and enabling more integrated inventory management. From an Islamic marketing perspective, the implemented strategy was consistent with the principles of justice, voluntary consent, and the prohibition against gharar. The study concluded that the integration of offline and online sales can improve operational effectiveness and support the growth of the fashion retail business.

Keywords: Sales Management, Offline Sales, Online Sales, Sales Revenue

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Batasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Konsep Strategi dalam Bisnis.....	11
2.1.1 Pengertian Strategi.....	11
2.1.2 Tujuan dan Peran Strategi dalam Pengelolaan Usaha.....	12
2.1.3 Strategi sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing dan Omzet	13
2.2 Pemasaran Islam.....	15
2.3 Halal Fashion.....	17
2.4 Pengelolaan Penjualan	18
2.4.1 Pengertian Pengelolaan Penjualan.....	18

2.4.2 Tujuan dan Fungsi Pengelolaan Penjualan	20
2.4.3 Indikator Keberhasilan Pengelolaan Penjualan	21
2.5 Omzet Penjualan.....	37
2.5.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Omzet Penjualan.....	37
2.5.2 Indikator Peningkatan Omzet Penjualan <i>Offline</i> dan <i>Online</i> dalam Usaha Ritel <i>Fashion</i>	38
2.6 Penelitian terdahulu	39
2.7 Kerangka Berfikir	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis penelitian	49
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	50
3.2.1 Tempat Penelitian.....	50
3.2.2 Waktu Penelitian	50
3.3 Jenis Sumber Data	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5 Teknik Analisis Data	53
3.6 Rencana Pengujian Keabsahan Data.....	54
3.7 Pohon Masalah	57
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1 Profil Toko Armina Umir Fashion Mojokerto.....	58
4.1.2 Struktur Pengelolaan Usaha.....	61
4.1.3 Karakteristik Produk Halal Fashion.....	63
4.1.4 Sistem Penjualan pada Toko Armina Umir Fashion Mojokerto.....	64
4.2 Hasil Penelitian	65
4.2.1 Tantangan dan Hambatan Penjualan	67
4.2.2 Strategi yang telah Diterapkan oleh Toko Armina Umir Fashion.....	70
4.2.3 Rancangan Strategi Penjualan	75
4.2.4 Penerapan Strategi Penjualan	76
4.2.5 Indikator Keberhasilan Omzet Penjualan	78
4.3 Pembahasan	79
4.3.1 Implikasi Penerapan Strategi.....	79
4.3.2 Analisis Penerapan Strategi dari Perspektif Pemasaran Islam	80

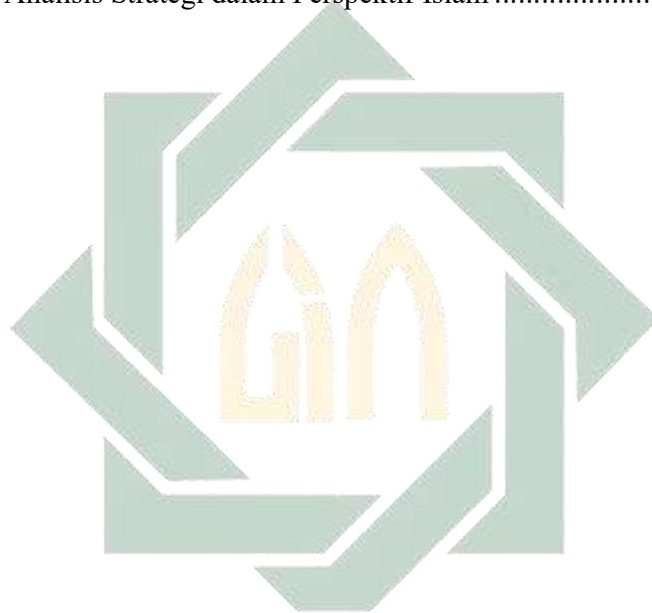
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85
4 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
<i>LAMPIRAN</i>	92



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 4 1 Rancangan Strategi	75
Tabel 4 2 Penerapan Strategi	76
Tabel 4 3 Omzet Per Bulan	78
Tabel 4 4 Indikator Keberhasilan.....	78
Tabel 4 5 Implikasi Penerapan Strategi.....	79
Tabel 4 6 Analisis Strategi dalam Perspektif Islam	83



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Konseptual.....	48
Gambar 3 1 Pohon Masalah	57
Gambar 4 1 Profil Toko Armina Umir Fashion.....	58
Gambar 4 2 Struktur Pengelolaan Usaha	62



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Albaqir, A.H. and Winarti, W. (2025) *Aplikasi Manajemen Penjualan dan Inventori pada Toko Ritel (Teori, Perancangan dan Implementasi Sistem Berbasis Waterfall)*. CV Eureka Media Aksara.
- Anwar, K., Yunus, M. and Alfin, R. (2023) 'Digital marketing solusi pemasaran di era digital untuk meningkatkan omset penjualan UMKM', *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(2), pp. 404–414.
- Arifah, S.N. (2025) 'Implementasi Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omzet Penjualan dan Brand Awareness pada Usaha Fashion Melalui Program Wirausaha Merdeka Universitas Muhammadiyah Surakarta 2023'. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arifin, Z. (2025) 'Relevansi Marketing Syariah di Era Global', *Marketing Syariah: Strategi Pemasaran yang Etis dan Religius*, p. 9.
- Budiman, D. et al. (2023) *MANAJEMEN STRATEGI: Teori dan Implementasi dalam Dunia Bisnis dan Perusahaan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Darmalaksana, W. (2020) *Cara menulis proposal penelitian*. Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Erwin, E. et al. (2024) *Pemasaran digital: Teori dan implementasi*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Gunawan, A. (2023) 'Hubungan persediaan dengan penjualan pada laporan keuangan Koperasi Bukit Muria Jaya tahun 2021-2022', *Jurnal PBM: Pengembangan Bisnis Dan Manajemen*, 23XXIII, 43, pp. 95–109.
- Hamid, R.S. et al. (2023) *MANAJEMEN STRATEGIS: Konsep dan Aplikasi dalam Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Handayani, T. and Fathoni, M.A. (2020) *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Deepublish.

- Ikhwana, A. and Febriana, F. (2025) 'Strategi Bisnis Offline dan Online Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Business Model Canvas: Studi Kasus Hijab Kasiaclothing', *Jurnal Kalibrasi*, 23(1), pp. 69–77.
- Indah, A.D.P. (2023) 'Analisis Strategi Pengembangan Industri Halal Fashion Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Ecoprint Kelurahan Labuhan Ratu Kota Bandar Lampung)'. UIN Raden Intan Lampung.
- Itsnaini, F. and Rohman, A. (2024) 'Analisis Strategi Pemasaran Secara Online Dan Offline Menggunakan Etika Bisnis Islam', *Iqtisodina*, 7(1), pp. 108–120.
- Kahar, M.S., Ibrahim, S.S. and Wekke, I.S. (no date) *Metode Penelitian Pendidikan*. Penerbit Adab.
- Kusniyah, K., Lukita, C. and Lestari, N.W.F.A. (2024) 'Analisis Strategi Pemasaran Online dan Offline dalam Meningkatkan Penjualan dan Keberhasilan Bisnis Pada Butik Kayla Wati', *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 1(6), pp. 15–23.
- Latifah, M.Z. (2024) 'Analisis Pengelolaan Keuangan dalam Meningkatkan Penjualan (Studi pada UMKM Jamur Krispi Dua Putra di Desa Sribasuki Lampung Timur)'. IAIN Metro.
- Muhimmah, K. and Rofiki, M. (2021) 'Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya Untuk Meningkatkan Volume Penjualan', *Jurnal Istiqro*, 7(2), pp. 203–219.
- Munandar, A. and Ridwan, A.H. (2023) 'Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba'i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online', *Rayah Al-Islam*, 7(1), pp. 271–287.
- NU Online (2023) *Tafsir Surat An-Nisa' Ayat 29: Larangan Melakukan Tindak Kejahatan terhadap Harta dan Jiwa Orang Lain*, NUOnline. Available at: <https://islam.nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-an-nisa-ayat-29-larangan->

melakukan-tindak-kejahatan-terhadap-harta-dan-jiwa-orang-lain-pqi7o.

- Nurfajriani, W.V. *et al.* (2024) 'Triangulasi data dalam analisis data kualitatif', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), pp. 826–833.
- Pratiwi, A.M. and Rohman, A. (2023) 'Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya', *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), pp. 881–898.
- Purwaningrum, S.F. *et al.* (2025) 'Penerapan Sistem Informasi Manajemen Untuk Efisiensi Operasional Penjualan Secara Offline Pada Pt Dlizfood Sejahtera Borobudur', *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 24(12), pp. 2101–2120.
- Putri, A.R. *et al.* (2023) 'Peran E-commerce Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Salaut Di Universitas Teknologi Digital', *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3), pp. 1–16.
- Qomaruddin, Q. and Sa'diyah, H. (2024) 'Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman', *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), pp. 77–84.
- Rahmatika, M., Salsabila, T. and Sanjaya, V.F. (2024) 'Analisis SWOT dalam pengembangan strategi pemasaran pada produk fashion Toko Zelora Lampung', *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 35(3), pp. 213–234.
- Rindiani, R. (2023) 'Transformasi Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan Omset Penjualan: Studi Kasus pada Toko Fashion Wanita di Kota Palu'. Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
- Romdona, S., Junista, S.S. and Gunawan, A. (2025) 'Teknik pengumpulan data: Observasi, wawancara dan kuesioner', *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), pp. 39–47.

- Sari, H.A. (2023) 'Analisis Perbedaan Tingkat Pendapatan Penjualan Online Dan Offline Pada Umkm Sektor Fashion Di Kota Palembang'. Universitas Bina Darma.
- Sari, S.P. (2020) 'Strategi meningkatkan penjualan di era digital', *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), pp. 291–300.
- Setiana, F.A. and Kurniawan, N. (2023) 'Analisis Penerapan Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Omset Penjualan Produk Rabbani Perspektif Ekonomi Islami', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), pp. 33–39.
- Sholicha, N. and Oktafia, R. (2021) 'Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan UMKM Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), pp. 1156–1165.
- Susanto, D. and Jailani, M.S. (2023) 'Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah', *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), pp. 53–61.
- Syahputri, A.Z., Della Fallenia, F. and Syafitri, R. (2023) 'Kerangka berfikir penelitian kuantitatif', *TARBIYAH: Journal of Educational Science and Teaching*, 2(1), pp. 160–166.
- Wanita, N., Indah, A. and Amalia, R. (2023) 'Analisis Strategi Pemasaran Produk Mikada Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Oleh Kelompok Usaha Perempuan "Nadoli Nasintuvu" Di Desa Dampal Kecamatan Sirenja', *Musawa: Journal for Gender Studies*, 15(2), pp. 151–174.
- Zaki, K. and Nazir, A. (2025) 'Halal Fashion: Peluang Ekonomi Dari Industri Modest Fesyen Indonesia', *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 5(1), pp. 89–96.