

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN DI CAFE YUMILK KEDIRI**

**SKRIPSI**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)



Oleh:

**ARIS SASMINTO**

*9.313.062.10*

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
(STAIN) KEDIRI**

**2016**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa syukurillah ungkapan rasa syukur senantiasa terlantun seiring dengan anugerah dan nikmat yang tak pernah henti mengalir dalam hidup ini. Lelah dan letih ini tak berarti ketika Sang Maha Agung memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap urusan yang ada, karena hanya dengan kuasa-Nya lah penulis akhirnya mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI CAFE YUMILK KEDIRI”, serta penulis berharap semoga Allah SWT senantiasa memberikan Ridha-Nya sehingga menjadi ilmu yang bermanfaat di dunia hingga kelak di akhirat.

Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Agung Muhammad SAW, beserta seluruh keluarga dan para sahabat-sahabatnya, yang mana dengan bimbingan beliau umat manusia dapat menggapai kebenaran yang hakiki untuk mencapai jalan yang diridhai Allah SWT, yakni *Addinul* Islam.

Dalam penyelesaian skripsi ini, banyak rintangan yang ditemui penulis, Namun semua itu mampu penulis lewati karena doa dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Nur Chamid, MM selaku Ketua STAIN Kediri.
2. Bapak Dr. Imam Annas Mushlihin, M.HI selaku Ketua Jurusan Syariah.
3. Bapak Muhammad Muhaimin, M.Ag.Selaku dosen pembimbing I, yang telah memberikan masukan-masukan demi sempurnanya skripsi ini.
4. Bapak Ali Samsuri M.EI selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dan arahan hingga terselesainya skripsi ini.

5. Bapak Ahmad Syakur, M.EI selaku Wali Studi, yang telah memberi arahan dari awal semester sampai akhir.
6. Dosen Jurusan Ekonomi Syariah khususnya beserta staf yang telah membagikan ilmu kepada penulis.
7. Bapak Wahyu Rius. Selaku pimpinan cafe Yumilk, yang telah memberi data dan pengalaman.

Kepada semua pihak tersebut, yang telah tulus ikhlas membantu sehingga menambah kelancaran dalam menyusun skripsi ini. Atas segala jasa dan budinya, penulis hanya bisa memberikan doa “Jaza kumullah ahsanal jaza” semoga kebaikannya dibalas oleh-Nya dengan kebaikan yang setimpal.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sebuah karya tulis, ibarat pepatah tiada gading yang tak retak. Karena itu penulis mengharap kritik an saran yang membangun dari pembaca untuk lebih baiknya sebuah karya tulis dan mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi para pembaca sekalian.

Kediri, 19 Agustus 2016

Penulis

Aris Sasminto

## ABSTRAK

ARIS SASMINTO, Dosen Pembimbing MUHAMMAD MUHAIMIN, M.Ag.dan ALI SAMSURI M.El.: Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan di Cafe Yumilk Kediri, Jurusan Syariah, Prodi Ekonomi Syariah, STAIN Kediri, 2016.

Kata Kunci: media sosial, Penjualan

Untuk menghadapi perkembangan dunia usaha, tingkat persaingan yang kian tajam, maka pemasaran menjadi penting bagi setiap perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwasannya pemasaran membutuhkan pemikiran yang matang serius dalam pelaksanaannya ketentuan ini ditentukan oleh ketentuan produk yang hasilnya dalam memberikan kepuasan dari sasaran konsumen yang ditentukannya. Beberapa definisi pemasaran yang diberikan oleh pakar dalam bidang pemasaran, pemasaran bersandar pada konsep inti berikut: kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*); produk (barang, jasa dan gagasan); nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran; dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar; serta pemasar dan prospek. Dalam pemasaran sebuah perusahaan. Peningkatan penjualan dengan cara promosi dan didukung dengan perkembangan teknologi. Melalui media sosial semua kalangan bisa mempromosikan suatu usaha yang tengah di geluti.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif. Kehadiran peneliti di lapangan sangat penting karena sebagai pengumpul data dengan lokasi penelitian di cafe Yumilk. Prosedur pengumpulan data yaitu dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi dengan sumber data yaitu pimpinan cafe Yumilk, pegawai dan pasien. Adapun analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Dalam penelitian Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Di Cafe Yumilk Kediri ini bahwa cafe Yumilk memiliki strategi untuk meningkatkan penjualan yaitu: dengan memanfaatkan media sosial instagram dalam mempromosikan usaha dan agar meningkatkan penjualan. Dengan adanya strategi tersebut cafe Yumilk mampu meningkatkan penjualan, dapat dilihat dari meningkatnya produksi dan peningkatan jumlah laba yang diperoleh dari tahun ketahun secara rata rata produksi bisa dikatakan ada kenaikan 1,5% dari awal terbukanya cafe Yumilk, dan naik dari satu tahun sebelumnya menjadi 6%. penggunaan media sosial yang sangat tepat dan memanfaatkan media sosial dengan maksimal mampu meningkatkan penjualan dari tahun ketahun.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA KONSULTAN.....	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR GRAFIK.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Telaah Pustaka.....	8

## BAB II : LANDASAN TEORI

### A. LANDASAN TEORI

1. Media sosial .....10
2. Instagram.....16
3. Tinjauan Umum Penjualan.....19
4. Media sosial sebagai Promosi penjualan.....23

## BAB III : METODE PENELITIAN

- A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....26
- B. Kehadiran Peneliti dan Lokasi Penelitian.....27
- C. Sumber Data.....27
- D. Prosedur Pengumpulan Data.....28
- E. Analisis Data.....29
- F. Pengecekan Keabsahan Data.....30

## BAB IV: PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah cafe Yumilk.....32
2. Lokasi usaha cafe Yumilk.....33
3. Visi, Misi, Sasaran dan Tujuan, cafe Yumilk.....33
4. Struktur Organisasi cafe Yumilk.....37

### B. Paparan data

1. Pemanfaatan media sosial instagram.....39
2. Peningkatan pendapatan cafe Yumilk.....52
3. Tingkat keefektifan peran media sosial instagram.....53

C. Temuan penelitian.....	57
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Penggunaan media sosial .....	59
B. Tingkat Penjualan Cafe Yumilk.....	59
C. Peran media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan di cafe Yumilk .....	65
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	66

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Pendapatan yumilk tahun 2014- 2015.....	5
Tabel 2 Pendapatan yumilk tahun 2014- 2015.....	52
Tabel 3 Nama- Nama Pengunjung dan Bagaimana Mengetahui Cafe.....	53



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Halaman beranda instagram cafe Yumilk .....	41
Gambar 2 postingan dengan kata kata unik dan berbeda.....	42
Gamabr 3 <i>Re-Post</i> dari postingan salah satu pengunjung .....	43
Gambar 4 Postingan unik dari cafe Yumilk .....	44
Gambar 5 Percakapan dengan konsumen luar kota .....	45
Gambar 6 Sesi tanya jawab mengenai menu dengan konsumen .....	46
Gambar 7 Ajakan konsumen satu ke konsumen lain melalui @ .....	47
Gambar 8 Kemasan cup untuk menu susu yang di bungkus .....	47
Gambar 9 Cafe Yumilk di acara <i>weekend market</i> Tulung Agung .....	48
Gambar 10 Cafe Yumilk mengenalkan menu baru kepada konsumen.....	49
Gambar 11 Saran dari komsumen mengenai jam operasional cafe.....	50
Gambar 12 Konsumen menyarankan tambahan menu baru.....	50
Gambar 13 Menyadarkan tentang manfaat minum susu .....	51
Gambar 14 Pesan- Pesan tentang manfaat minum susu.....	51

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1 Tingkat Pemakaian Susu.....	53
Grafik 2 tingkat keefektifan media sosial.....	55

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Permohonan ijin riset/ penelitian

Lampiran 2. Surat Persetujuan Penelitian

Lampiran 3. Daftar konsultasi

Lampiran 4. Pedoman wawancara

Lampiran 5. Angket kepada konsumen cafe Yumilk

Lampiran 6. Struktur Organisasi

Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup