

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI
MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI MEDIA SOSIAL**

**(STUDI KASUS PADA KONVEKSI HIJAB MAHIMA DI DESA
GADING KECAMATAN PERAK KABUPATEN JOMBANG)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E)



Disusun Oleh :

FAHMI ROYANI

931318318

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI
MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI MEDIA SOSIAL**

**(Studi Kasus Pada Konveksi Hijab Mahima Di Desa Gading Kecamatan
Perak Kabupaten Jombang)**

Oleh :

FAHMI ROYANI

9313.183.18

Disetujui oleh:

Pembimbing I



M. Soleh Mauludin, SE, MSI
NIDN. 2030017902

Pembimbing II



Ririn Tri Puspita Ningrum, MSI
NIP. 19840815 201801 2 001

NOTA DINAS

Kediri, 1 September 2023

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di Jl. Sunan Ampel 07- Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan Untuk membimbing penyusunan Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Fahmi Royani

NIM : 931318318

Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Konveksi Hijab Mahima Di Desa Gading Kecamatan Perak Kabupaten Jombang)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah. Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



M. Soleh Mauludin, SE, M.S.I
NIDN. 2030017902

Pembimbing II



Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I
NIP. 19840815 201801 2 001

NOTA BIMBINGAN

Kediri, 14 Oktober 2023

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di Jl. Sunan Ampel 07- Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersamaa ini kami kirim berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Fahmi Royani

NIM : 931318318

Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Konveksi Hijab Mahima Di Desa Gading Kecamatan Perak Kabupaten Jombang)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 4 Oktober 2023, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



M. Soleh Mauludin, SE, M.S.I
NIDN. 2030017902

Pembimbing II



Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I
NIP. 19840815 201801 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI
MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI MEDIA SOSIAL

(Studi Kasus Pada Konveksi Hijab Mahima Di Desa Gading Kecamatan Perak
Kabupaten Jombang)

FAHMI ROYANI


NIM. 931318318

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 4 Oktober 2023

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Rofik Efendi, S.Kom., M. M
NIP.196906171998031002


(.....)

2. Penguji I

M. Soleh Mauludin, SE, M.S.I
NIDN. 2030017902


(.....)

3. Penguji II

Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I
NIP. 19840815 201801 2 001


(.....)

Kediri, 14 Oktober 2023

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam,



Dr. H. Anas Mushlih, M.HI

NIP. 19750101 199803 1 002



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
PERPUSTAKAAN

Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kota Kediri
E-Mail: perpustakaan@iainkediri.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fahmi Royani

NIM : 931318318

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

E-mail address : fahmiroyani248@gmail.com

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi Tesis Disertasi
 Lain-lain (.....)

Judul Karya Ilmiah : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI MEDIA
SOSIAL (STUDI KASUS PADA KONVEKSI HIJAB MAHIMA DI
DESA GADING KECAMATAN PERAK KABUPATEN JOMBANG)

Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut diatas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Kediri 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 dan pengembangan ilmu pengetahuan 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 IAIN Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri, 12 Januari 2023

Penulis



(Fahmi Royani)

HALAMAN MOTTO

Innallaha ma'asshobirin

“Sesungguhnya Allah bersama dengan orang-orang yang sabar”

(Q.S Al Anfal: 46)

“Susah, tapi bismillah”

(Fiersa Besari)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa do'a”

(Ridwan Kamil)

PERSEMBAHAN

Dengan bangga saya persembahkan karya ini untuk Ibu dan Ayah saya yaitu Ibu Kasimah dan Bapak M. Choliq yang selalu menjadi penyemangat hidup saya yang tak henti-hentinya memberikan nasehat dengan penuh kesabaran dan kasih sayang serta memberikan do'a demi tercapai cita-cita.

Teruntuk Abang-abang saya yaitu Aries Hendrawan Saputro dan Edi Prayogo Setio Utomo yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan sehingga dapat terselesainya skripsi ini

Teruntuk sahabat-sahabat saya yang telah selalu menemani dan memberikan semangat serta dukungannya yaitu Dina Septi Nurwahidah, Elisa dan Mediana Weny Fatika yang terus menerus memotivasi saya agar segera menyelesaikan tugas akhir ini.

ABSTRAK

FAHMI ROYANI, 2023. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Konveksi Hijab Mahima Di Desa Gading Kecamatan Perak Kabupaten Jombang). Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Dosen Pembimbing (1) Bapak M. Soleh Mauludin, SE, M.S.I (2) Ibu Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan, Media Sosial, Hijab

Skripsi ini merupakan suatu kajian ilmiah yang membahas tentang strategi pemasaran Konveksi Hijab Mahima Jombang dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 melalui media sosial. Penelitian ini memiliki tujuan guna menjawab pertanyaan bagaimana strategi pemasaran Konveksi Hijab Mahima dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19 melalui media sosial, kemudian apa saja kendala yang dialami dan bagaimana solusi untuk mengatasi kendala tersebut.

Jenis penelitian ini memakai pendekatan kualitatif deskriptif. Pengambilan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilaksanakan dengan pemilik usaha, karyawan, dan konsumen dari Konveksi Hijab Mahima. Peneliti juga melaksanakan pengecekan keabsahan data diantara lain keikutsertaan peneliti, penentuan pengamatan dalam observasi dan triangulasi. Tahap terakhir yakni tahap pra lapangan, tahap di lapangan, tahap analisa dan tahap penulisan laporan.

Hasil penelitian ini menunjukkan jika (1) strategi pemasaran Konveksi Hijab Mahima dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19 melalui media sosial dilakukan dengan menentukan posisi pasar (*positioning*), pasar sasaran (*targeting*) serta melalui bauran pemasaran atau *marketing mix*. (2) Kendala yang dialami oleh Konveksi Hijab Mahima yakni Kendala internal: Pertama, kurangnya kemampuan dalam bidang editing dalam penggunaan media sosial. Kedua, kurangnya strategi promosi, karena hanya fokus ke Whatsapp dan Instagram saja. Kendala eksternal: Pertama, meningkatnya harga kebutuhan jahit. Kedua, banyaknya pesaing baru. (3) Solusi Konveksi Hijab Mahima dalam mengatasi kendala internal adalah dengan belajar secara otodidak melalui media YouTube dan untuk mengatasi kurangnya strategi promosi di media sosial seperti Instagram dan WhatsApp seperti menggunakan media cetak untuk memperluas wilayah pemasaran. Selanjutnya untuk mengatasi kendala eksternal yaitu dengan membeli kain atau bahan untuk menjahit di toko yang lebih murah dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim

Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini mengungkapkan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Konveksi Hijab Mahima Di Desa Gading Kecamatan Perak Kabupaten Jombang).

Dalam menyusun skripsi ini penulis tidak akan berhasil dan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M. Ag selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin , MHI Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Ibu Nuril Hidayati, S. Fil, M.Hum., selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
4. Bapak Yopi Yudha Utama, SE, MSA selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
5. Bapak M. Soleh Mauludin, SE, M.S.I dan Ibu Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I selaku pembimbing Skripsi yang bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Semua bapak dan ibu dosen Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
7. Terimakasih kepada pimpinan Konveksi Hijab Mahima beserta karyawannya yang telah memberi ijin untuk melakukan penelitian dan membantu dalam memperoleh data yang dibutuhkan.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu penulis di dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis hanya mampu mendo'akan, semoga amal seluruh pihak yang tercurahkan kepada penulis ini diterima Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karenanya dengan tangan terbuka dan hati lapang penulis bersedia menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dalam rangka memperluas wawasan dan cakrawala untuk berfikir bagi penulis dan juga bagi para pembaca lainnya.

Kediri, 25 Maret 2023

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA BIMBINGAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian.....	14
E. Telaah Pustaka	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	19
A. Strategi pemasaran	19
B. Strategi Penjualan.....	27
C. Bauran pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	28
D. Media Sosial.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
B. Kehadiran Penelitian	38
C. Lokasi Penelitian.....	39
D. Sumber Data.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41

F. Analisis Data	43
G. Pengecekan Keabsahan	44
H. Tahap-tahap Penelitian	46
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	47
A. Paparan Data	47
1. Gambaran Umum Konveksi Hijab Mahima.....	47
2. Deskripsi Strategi Pemasaran Koveksi Hijab Mahima di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial.	55
3. Kendala strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19 melalui media sosial pada Koveksi Hijab Mahima.	79
4. Solusi Konveksi Hijab Mahima dalam mengatasi kendala strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19 melalui media sosial.	82
5. Deskripsi Peningkatan Penjualan Konveksi Hijab Mahima	86
B. Temuan Penelitian.....	88
BAB V PEMBAHASAN	91
A. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial.	91
B. Kendala Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial.	107
C. Solusi Konveksi Hijab Mahima Dalam Mengatasi Kendala Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial.	110
BAB VI PENUTUP	112
A. Kesimpulan	112
B. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data UMKM Konveksi Hijab Di Kabupaten Jombang	6
Tabel 1.2 Data Perbandingan Konveksi Hijab Di Desa Gading	7
Tabel 1.3 Data Pendapatan Konveksi Hijab Mahima Periode 2019-2022.....	11
Tabel 1.4 Daftar Produk Konveksi Hijab Mahima	52
Tabel 1.5 Penjualan Konveksi Hijab Mahima Tahun 2019-2022.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Pedoman Wawancara	118
2. Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian	122
3. Lampiran 3 : Balasan Izin Penelitian	123
4. Lampiran 4 : Konsultasi Bimbingan Dospem 1	124
5. Lampiran 5 : Konsultasi Bimbingan Dospem 2	125
6. Lampiran 6 : Dokumentasi	126
7. Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup	129