

**STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA
SALAD BUAH DI PUTRI KITCHEN KEDIRI**

SKRIPSI



Oleh :

HAIFA KHOIRUNNISA'

NIM. 931310817

**PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
2024**

**STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA
SALAD BUAH DI PUTRI KITCHEN KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Dalam menyelesaikan program Sarjana

Oleh:

HAIFA KHOIRUNNISA'

NIM. 931310817

**PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING*
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA
SALAD BUAH DI PUTRI KITCHEN KEDIRI**

HAIFA KHOIRUNNISA'

NIM. 931310817

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II



Ririn Tri Puspita Ningrum, MSI
NIP. 198408152018012001

NOTA DINAS

Kediri, 30 April 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Haifa Khoirunnisa'

NIM : 931310817

Judul : Strategi *Social Media Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Salad Buah di Putri Kitchen

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

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang Munaqosah.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II



Ririn Tri Puspita Ningrum, MSI
NIP. 198408152018012001

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 28 Juni 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Haifa Khoirunnisa'

NIM : 931310817

Judul : Strategi *Social Media Marketingi* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Salad Buah di Putri Kitchen

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 25 Juni 2024 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II



Ririn Tri Puspita Ningrum, MSI
NIP. 198408152018012001

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA SALAD BUAH DI PUTRI KITCHEN KEDIRI

HAIFA KHOIRUNNISA'

NIM. 931310817

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri pada tanggal 25 Juni 2024

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Rofik Efendi, S.Kom., M.M
NIP. 196906171998031002
2. Penguji I
Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 197301132003122001
3. Penguji II
Ririn Tri Puspita Ningrum, MSI
NIP. 198408152018012001


(.....)

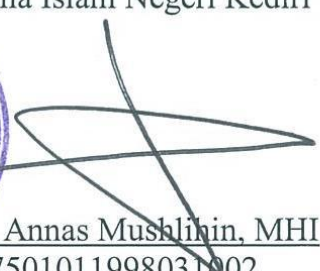
(.....)

(.....)

Kediri, 28 Juni 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri




Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI
NIP. 197501011998031002

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Haifa Khoirunnisa'

NIM : 931310817

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 29 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Haifa Khoirunnisa'
NIM. 931310817

HALAMAN MOTTO

MEMBANTU TIDAK PERLU WAKTU, TETAPI HANYA PERLU MAU

Maka cukup satu kalimat yang menjadi pedoman :

حَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling banyak manfaatnya bagi manusia”
(HR. Ahmad)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil'Alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat yang diberikan kepada kami. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan segenap rasa cinta dan sayang, saya persembahkan karya sederhana ini untuk :

1. Kepada Ibu Siti Sofiyah selaku orang tua tunggal yang menjadi Ibu sekaligus merangkap Ayah bagi anak-anaknya yang telah mendidik saya dengan penuh kasih sayang, ketulusan dan selalu mengajarkan anak-anaknya untuk pantang menyerah serta (Alm) Bapak Tarmaji yang selalu saya rindukan dan saya sebut namanya dalam setiap doa, serta semua keluarga saya yang selalu memberikan motivasi untuk tetap semangat dalam hal apapun.
2. Para dosen IAIN Kediri yang selalu memberikan ilmu selama menuntut ilmu di kampus IAIN Kediri serta kepada para karyawan yang selalu membantu dalam segala keperluan guna mendukung perkuliahan di IAIN Kediri.
3. Kepada Mbak Ariza Dewi Nur Asita selaku pemilik Putri Kitchen Kediri yang telah mengizinkan dan memberikan informasi mengenai usahanya guna memperlancar skripsi saya
4. Seluruh teman-teman seperjuangan Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2017 yang telah mendukung dan membantu proses skripsi saya.
5. Kepada sahabat tercinta saya Yulianti Nur Indah Sari, Yunifa Nur Afida, Nida Fadhilah Ramadani, Nurul Hidayah, Rizka Agustina, Indry Febryna Ratu yang setiap saat selalu memberikan bantuan serta dukungan kepada saya.
6. Dan untuk semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

HAIFA KHOIRUNNISA'. Strategi *Social Media Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Salad Buah Di Putri Kitchen Kediri, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, Pembimbing (1) Dr. Andriani, SE, MM, dan (2) Ririn Tri Puspita Ningrum, MSI, 2024.

Kata Kunci : *Social Media Marketing*, Meningkatkan Penjualan

Strategi *Social Media Marketing* adalah kegiatan jual beli yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. *Social Media* tersebut seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp* dan lain sebagainya. *Social Media* berdampak besar bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan sebagai sarana memperkenalkan produk atau jasa serta menjalin komunikasi baik dengan konsumen. Strategi yang dilakukan Putri Kitchen bertujuan untuk perluasan jaringan dan promosi produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana Strategi *Social Media Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Salad Buah Di Putri Kitchen Kediri dengan fokus penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana strategi *social media marketing* pada usaha salad buah di Putri Kitchen Kediri? (2) Bagaimana strategi *social media marketing* dalam meningkatkan penjualan pada usaha salad buah di Putri Kitchen Kediri?

Adapun jenis penelitian yang digunakan penulis adalah kualitatif deskriptif ialah suatu prosedur penelitian yang hasil data deskriptifnya berupa data wawancara atau tulisan maupun perilaku yang diamati dari subjek itu sendiri. Dalam memperoleh data metode yang digunakan peneliti adalah metode observasi, wawancara secara terstruktur, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang selanjutnya dianalisis dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sumber data dalam penelitian ini yaitu Owner Putri Kitchen, penjaga outlet dan konsumen untuk memeriksa keabsahan data yang telah dianalisis peneliti menggunakan teknik keikutsertaan pengamat dan triangulasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *social media marketing* yang dilakukan adalah dengan mengacu kepada indikator *social media marketing* yaitu Pembuatan Konten (*content creation*), Berbagi Konten (*Content Sharing*), Menghubungkan (*Conneting*), Pembangunan Komunitas (*Community Building*) dengan memanfaatkan fitur-fitur *Social Media* yang digunakan yaitu *Whatsapp*, *Facebook*, dan *Instagram*. Strategi *social media marketing* yang diterapkan mampu meningkatkan penjualan hal ini bisa dilihat dari data pendapatan bersih yang mengalami peningkatan setiap tahunnya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, **“STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA SALAD BUAH DI PUTRI KITCHEN KEDIRI”**

Shalawat serta salam semoga tetap dilimpahkan kepada junjungan umat Islam Nabi Muhammad SAW serta seluruh keluarga, sahabat serta pengikutnya sampai akhir zaman.

Penulis menyampaikan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada berbagai pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dan ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. Imam Annas Muslihin, MHI. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Dr. Andriani, SE, MM dan Ibu Ririn Tri Puspita Ningrum, MSI selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membimbing dan memberi arahan, dalam menyusun skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staff IAIN Kediri khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingan dan pelayanan ilmiahnya.
5. Mbak Ariza Dewi Nur Asita selaku pemilik Putri Kitchen yang telah membantu dan mengijinkan untuk melakukan penelitian di Putri Kitchen Kediri

6. Kedua Orangtua dan saudaraku yang selalu memberi semangat dan motivasi serta mendoakan segala hal tentangku.
7. Sahabat-sahabatku dan teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri serta pihak – pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya kepada semua pihak tersebut diatas yang dengan tulus ikhlas berkorban untuk membantu dan memberikan dorongan kepada penulis, sehingga menambah kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis hanya mampu membalas dengan do'a semoga ketulusan dan amal baik semua diterima oleh allah SWT. Harapan penulis semoga skripsi ini memberi manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Kediri, 03 Mei 2024



HAIFA KHOIRUNNISA'
NIM. 931310817

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Penelitian Terdahulu	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Strategi Pemasaran.....	13
1. Pengertian Strategi Pemasaran	13
2. Tujuan Pemasaran	13
3. Pemasaran Syariah	13
4. Karakteristik Pemasaran Syariah	14
B. Social Media Marketing.....	15
1. Pengertian <i>Social Media</i>	15
2. Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	15
3. Platform <i>Social Media Marketing</i>	16

4. Kelebihan <i>Social Media Marketing</i>	22
5. Kekurangan <i>Social Media Marketing</i>	22
6. Empat Indikator Keberhasilan <i>Social Media Marketing</i>	23
C. Penjualan.....	24
1. Pengertian Penjualan	24
2. Tujuan Penjualan.....	24
3. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penjualan.....	24
4. Indikator penjualan.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	27
B. Kehadiran Peneliti.....	27
C. Lokasi Penelitian.....	27
D. Data Dan Sumber Data	28
1. Sumber Data Primer	28
2. Sumber Data Sekunder.....	28
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
1. Observasi	29
2. Wawancara	29
3. Dokumentasi.....	30
F. Teknik Analisis Data.....	30
1. Reduksi data atau penyederhanaan (Reduction)	30
2. Paparan atau penyajian data (Display Data)	31
3. Penarikan kesimpulan (Conclusion).....	31
G. Pengecekan Keabsahan Data	31
1. Kedalaman Pengamatan atau Observasi	31
2. Triangulasi.....	32
H. Tahap-tahap penelitian.....	32
1. Tahap Pra Lapangan.....	32
2. Tahap Kegiatan Lapangan.....	33
3. Tahap Analisis Data	33
4. Tahap Penulisan	33

BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	34
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	34
1. Sejarah Berdirinya Putri Kitchen	34
2. Lokasi Putri Kitchen Kediri	36
3. Data Tim Putri Kitchen	37
4. Struktur Organisasi Putri Kitchen	38
5. Proses Produksi Putri Kitchen.....	39
B. Paparan Data	41
1. Strategi <i>Social Media Marketing</i> Pada Usaha Salad Buah di Putri Kitchen Kediri	42
2. Deskripsi Peningkatan Penjualan Pada Usaha Salad Buah Di Putri Kitchen Kediri	52
C. Temuan Penelitian	59
BAB V PEMBAHASAN	62
A. Analisis Strategi <i>Social Media Marketing</i> Pada Usaha Salad Buah di Putri Kitchen Kediri	62
B. Analisis Strategi <i>Social Media Marketing</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Salad Buah Di Putri Kitchen Kediri	67
1. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	67
2. Indikator Peningkatan Penjualan.....	70
BAB VI PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pengguna Smartphone di Indonesia Tahun 2018-2023.....	2
Tabel 1.2	Daftar Nama Usaha di Bidang Kuliner (Salad Buah) di Kediri	6
Tabel 1.3	Perbandingan Putri Kitchen, Salad Yummy, dan Herlitri Food ditinjau dari bauran pemasaran 4P (<i>Product, Price, Place,</i> <i>Promotion</i>)	6
Tabel 4.1	Data Pendapatan Bersih Putri Kitchen	52
Tabel 4.2	Data Hasil Penjualan Salad Buah di Putri Kitchen Kediri Tahun 2021-2023.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Social Media dari Tahun ke Tahun	4
Gambar 4.1 Logo Putri Kitchen	35
Gambar 4.2 Outlet Putri Kitchen	37
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Putri Kitchen	38
Gambar 4.4 Produk Putri Kitchen	41
Gambar 4.5 Social Media Putri Kitchen	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	76
Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian	79
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian.....	81
Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian	82
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	83