

**STRATEGI *COMMUNICATION MARKETING* MELALUI SHOPEE MALL
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA *WORKING*
SHOES KABUPATEN MOJOKERTO**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

MISBAHUL MUSTOFA

20403043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYEKH WASIL KEDIRI

TAHUN 2025

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI *COMMUNICATION MARKETING* MELALUI SHOPEE MALL
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA *WORKING*
SHOES KABUPATEN MOJOKERTO**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Dalam menyelesaikan program Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

MISBAHUL MUSTOFA

20403043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYEKH WASIL KEDIRI

TAHUN 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI *COMMUNICATION MARKETING* MELALUI SHOPEE MALL
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA *WORKING*
SHOES KABUPATEN MOJOKERTO**

Oleh:

Misbahul Mustofa
(20403043)

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I


Nilna Fauza, S.HI, M.HI.
NIP. 198610/42015032003

Dosen Pembimbing II


Yopi Yudha Utama, S.E, M.SA.
NIP. 199206222019031008

NOTA DINAS

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : bimbingan skripsi

Kediri, 09 Juli 2025

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel No. 7 – Ngronggo

Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Misbahul Mustofa

NIM : 20403043

Judul : Strategi *Communication Marketing* Melalui Shopee Mall dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Working Shoes Kabupaten Mojokerto

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

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Nilna Fauza, S.HI, M.HI.
NIP. 198610242015032003
Yopi Yudha Utama, S.E, M.SA.
NIP. 199206222019031008

NOTA PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 09 Juli 2025

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 : Misbahul Mustofa

NIM : 20403043

Judul : Strategi *Communication Marketing* Melalui Shopee Mall dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Working Shoes Kabupaten Mojokerto

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk dan tuntutan yang yang diberikan saat sidang *Munaqosah* yang dilakukan pada tanggalkami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing I


Nilna Fauza, S.HI, M.HI.
NIP. 198610242015032003

Dosen Pembimbing II


Yopi Yudha Utama, S.E, M.SA.
NIP. 199206222019031008

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI *COMMUNICATION MARKETING* MELALUI SHOPEE MALL
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA *WORKING*
SHOES KABUPATEN MOJOKERTO**
MISBAHUL MUSTOFA
NIM 20403043

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri pada tanggal 22 September 2025

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E, M.M
NIP. 197712252009012006

(.....)

2. Penguji I

Nilna Fauza, S.HI, M.HI
NIP. 198610242015032003

(.....)

3. Penguji II

Yopi Yudha Utama, S.E, M.SA
NIP. 199206222019031008

(.....)

Kediri, 22 September 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri



Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.H.I
NIP. 197501011998031002

HALAMAN MOTTO

“Marketing is no longer about the stuff you make, but about the stories you tell.”

— *Seth Godin*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah saya haturkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Dengan rasa bangga saya persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan dan do'a terbaik selama ini. Terimakasih untuk segala cinta, dan kasih sayang yang telah diberikan selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Terimakasih juga atas kesabaran dalam mendidik saya dan pengorbanan yang luar biasa demi kebaikan dan kesuksesan anak-anaknya.
2. Bapak dan ibu dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan dan koreksi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Terima kasih atas segala doa', dukungan dan semangat dari kyai, gus dan habaib hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kawan, sahabat, dan saudaraku lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan yang kalian berikan.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Misbahul Mustofa

NIM : 20403043

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Strategi *Communication Marketing* Melalui Shopee Mall dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Working Shoes Kabupaten Mojokerto**”, adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila kemudian hari skripsi ini mengandung unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kediri, 22 September 2025

Misbahul Mustofa

ABSTRAK

Misbahul Mustofa : 20403043, Strategi *Communication Marketing* Melalui Shopee Mall dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Working Shoes Kabupaten Mojokerto, Dosen Pembimbing I Nilna Fauza, S.HI, M.HI., Dosen Pembimbing II Yopi Yudha Utama, S.E, M.SA. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri. 2025.

Kata Kunci : *Communication Marketing*, Shopee Mall, Volume Penjualan

Fenomena berkembangnya *E-Commerce* di Indonesia menjadi peluang sekaligus tantangan bagi pelaku usaha, khususnya dalam menjangkau konsumen yang lebih luas melalui komunikasi yang efektif. *Working Shoes* sebagai salah satu brand lokal berupaya memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di Shopee seperti *live streaming*, *voucher* promosi, dan konten video untuk menarik minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *Communication Marketing* yang dilakukan oleh toko *Working Shoes* Mojokerto melalui platform *Shopee Mall* dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pemilik usaha, tim *marketing*, *content creator*, dan pelanggan *Working Shoes*. Data dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Triangulasi digunakan sebagai teknik untuk menguji keabsahan data. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang interaktif mampu membentuk hubungan dua arah yang berdampak pada peningkatan volume transaksi.

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi *Communication Marketing* melalui *live streaming*, promosi penjualan seperti *bundling* dan *voucher* diskon, serta konten video yang menarik dapat meningkatkan eksposur toko, membangun kepercayaan konsumen, dan mendorong terjadinya pembelian. Adanya komunikasi dua arah selama siaran langsung terbukti meningkatkan responsivitas konsumen. Dengan demikian, strategi *communication marketing* melalui *Shopee Mall* terbukti efektif dalam meningkatkan volume penjualan pada *Working Shoes* Kabupaten Mojokerto. Selain itu, toko juga menghadapi tantangan dalam hal sumber daya manusia dan konsistensi produksi.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur, berkat rahmat Allah SWT dan atas izin-nya peneliti dapat menyelesaikan sebagaimana mestinya. Atas karunia-nya, panjangnya proses yang harus peneliti lalui dapat dilewati hingga berakhirnya penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Agung, Nabi Muhammad SAW. Berkat beliaulah kita dapat hijrah dari zaman kegelapan ke zaman terang benderang.

Skripsi dengan judul **“Strategi *Communication Marketing* Melalui Shopee Mall dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Working Shoes Kabupaten Mojokerto”** menjadi pemenuhan salah satu persyaratan akademis untuk menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) di Institut Agama Islam Negeri Kediri, jurusan Manajemen Bisnis Syariah.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan Skripsi tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, beserta segenap jajaran Wakil Rektor I, II, III.
2. Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI selaku Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
3. Nilna Fauza, S.HI, M.HI. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah dan Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi.
4. Yopi Yudha Utama, S.E, M.SA. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi.
5. Seluruh bapak dan ibu dosen program studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri.
6. Terima kasih kepada saudara Alan Hamizan yang telah menemani keseharian dari awal kuliah hingga sanggup semua tanggungan saya dengan baik.

7. Teman-teman seangkatan tahun 2020, khususnya program studi Manajemen Bisnis Syariah dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu per satu, yang telah memberikan motivasi dan dukungan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis hanya mampu mendoakan, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Semoga karya tulis ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Kediri, 22 September 2025

Misbahul Mustofa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
NOTA PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian.....	12
E. Penelitian Terdahulu.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. Strategi <i>Marketing</i>	18
1. Pengertian Strategi <i>Marketing</i>	18
2. Fungsi dan Tujuan Strategi <i>Marketing</i>	19
3. Konsep Strategi <i>Marketing</i>	20
B. <i>Communication Marketing</i>	21
1. Pengertian <i>Communication Marketing</i>	21
2. Aspek – Aspek Yang Mempengaruhi <i>Communication Marketing</i>	22
3. Tujuan <i>Communication Marketing</i>	24
4. Model <i>Communication Marketing</i>	25

C. <i>E-Commerce</i>	26
1. Pengertian <i>E – Commerce</i>	26
2. Jenis – Jenis <i>E – Commerce</i>	27
3. Kelebihan dan Kelemahan <i>E – Commerce</i>	29
D. Volume Penjualan.....	31
1. Pengertian Volume Penjualan	31
2. Indikator Volume Penjualan.....	32
3. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Volume Penjualan	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
B. Kehadiran Peneliti.....	36
C. Lokasi Penelitian.....	37
D. Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Analisis Data.....	42
G. Pengecekan Keabsahan Data	43
H. Tahap – Tahap Penelitian.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	46
A. Gambaran Umum Toko Working Shoes.....	46
1. Profil <i>Owner</i>	47
2. Logo Toko Working Shoes	47
B. Paparan Data.....	48
1. Strategi <i>Communication Marketing</i> Working Shoes Mojokerto melalui Shopee Mall.....	48
2. Strategi <i>communication marketing</i> Working Shoes melalui Shopee Mall dalam meningkatkan volume penjualan.....	58
3. Tantangan Toko Working Shoes dalam menerapkan strategi yang ada	61
C. Temuan Penelitian	64
BAB V PEMBAHASAN	67
A. Strategi <i>Communication Marketing</i> Working Shoes melalui Shopee Mall..	68
B. Strategi <i>Communication Marketing</i> Working Shoes melalui Shopee Mall dalam meningkatkan volume penjualan	74

C. Tantangan Toko Working Shoes dalam menerapkan strategi yang ada	80
BAB VI PENUTUP	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pelaku Usaha Bisnis <i>Online</i> Di Kabupaten Mojokerto.....	6
Tabel 1.2 Data Volume Penjualan Shopee Mall Kabupaten Mojokerto.....	9
Tabel 5.1 Distribusi Estimasi Penjualan Berdasarkan Jenis Konten Shopee Tahun 2022–2024.....	74
Tabel 5.2 Total Perbandingan Penjualan Offline dan Online Tahun 2022–2024...	78
Gambar 1. 1 Data Pengguna <i>E-Commerce</i> tahun 2022 – 2023	3

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Pedoman Wawancara	100
Lampiran II Surat Izin Penelitian	102
Lampiran III Surat Keterangan Penelitian Dari PT. Dhaha Jaya Property	103
Lampiran II Dokumentasi	104
Lampiran VI Daftar Riwayat Hidup	10