

**STRATEGI PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM DAN
INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN OMZET PADA USAHA JAMU
HERBAL “NGEJAMU ANG KEKINIAN” KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Ditujukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

PUTRI RINDANG HAYOMI

21401092

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI**

2025

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM DAN
INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN OMZET PADA USAHA JAMU
HERBAL “NGEJAMU ANG KEKINIAN” KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Ditunjukkan Kepada

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

Oleh:

PUTRI RINDANG HAYOMI

21401092

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul

**STRATEGI PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM DAN
INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN OMZET PADA USAHA JAMU
HERBAL “NGEJAMU ANG KEKINIAN” KOTA KEDIRI**

Ditulis Oleh

PUTRI RINDANG HAYOMI

21401092

Telah Disetujui Oleh:

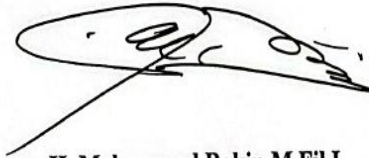
Pembimbing I



Dr. Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I

NIP. 198408152018012001

Pembimbing II



H. Mohammad Bakir, M.Fil.I

NIP. 197307131997031003

NOTA DINAS

Kediri, 26 November 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil 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 : Putri Rindang Hayomi

NIM : 21401092

Judul : Strategi Penggunaan *Social Media Marketing* Instagram Dan Inovasi Produk

Dalam Meningkatkan Omzet Pada Usaha Jamu Herbal "Ngejamu Ang
Kekinian" Kota Kediri

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

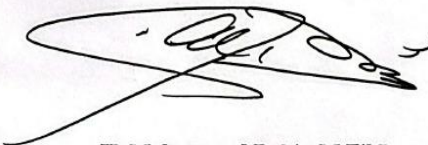
Pembimbing I



Dr. Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I

NIP. 198408152018012001

Pembimbing II



H. Mohammad Bakir, M.Fil.I

NIP. 197307131997031003

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 26 November 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil 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 : Putri Rindang Hayomi

NIM : 21401092

Judul : Strategi Penggunaan *Social Media Marketing* Instagram Dan Inovasi Produk

Dalam Meningkatkan Omzet Pada Usaha Jamu Herbal "Ngejamu Ang

Kekinian" Kota Kediri

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal, 26 November 2025 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. Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I

NIP. 198408152018012001

Pembimbing II



H. Mohammad Bakir, M.Fil.I

NIP. 197307131997031003

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM DAN INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN OMZET PADA USAHA JAMU HERBAL “NGEJAMU ANG KEKINIAN” KOTA KEDIRI

PUTRI RINDANG HAYOMI

21401092

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri pada tanggal 26 November 2025

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Muhamad Wildan Fawaid, M.E.I
NIP. 199010202019031006

(.....)

2. Penguji I

Dr. Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I
NIP. 198408152018012001

(.....)

3. Penguji II

Moch. Zainuddin, M.E.I
NIP. 198310302023211007

(.....)

Kediri, 16 Desember 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri



Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.H.I
NIP. 19750101 199803 1 002

HALAMAN MOTTO

“Kesabaran adalah pelita di tengah kegelapan dan kegagalan, dengan bersabar kita akan menemukan jalan menuju kebahagiaan dan keberhasilan”

(Ustadz Hanan Attaki)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Rindang Hayomi

NIM : 21401092

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Judul : Strategi Penggunaan *Social Media Marketing* Instagram Dan Inovasi
Produk Dalam Meningkatkan Omzet Pada Usaha Jamu Herbal “Ngejamu
Ang Kekinian” Kota Kediri

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh tanpa paksaan dari pihak manapun.

Kediri, 16 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Putri Rindang Hayomi

NIM. 21401092

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Atas dukungan dari orang-orang tercinta akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dengan rasa bangga dan bahagia skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT, sujud syukurku kupersembahkan kepadaMu Ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Terimakasih atas nikmat, kesehatan, rizki, anugerah, kekuatan hati, ketabahan, dan ketentraman yang Engkau berikan.
2. Kepada cinta pertama dihidupku, Bapak Mahmud Efendi. Terimakasih atas segala kasih sayang, doa, dan dukungan berupa moral maupun materil yang tidak terhingga sehingga saya mampu menyelesaikan studi sarjana hingga selesai di Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri.
3. Walaupun sudah tidak bersamaku, Ibuku Binti Murtiati terimakasih atas segala hal baik yang kau doakan untukku.
4. Kepada saudaraku tercinta, Kak Roro, Kak Fauzi, Kak Tegar, dan Kak Tata. Terimakasih telah menjadi saudara sekaligus teman cerita yang memberi semangat, doa dan dukungan untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk saya sendiri, Putri Rindang Hayomi. Terimakasih telah menjadi pribadi yang kuat dan mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. Terimakasih sudah bertahan sampai saat penulisan skripsi ini selesai dan terimakasih telah memilih bangkit dengan rasa semangat sehingga dapat menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri.
6. Kepada teman rasa saudaraku Fira, Fitri, dan Fahimatus. Terimakasih sudah menjadi pendengar, penasehat dan apapun peranmu selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.

7. Kepada teman dan sahabatku Era,Vallen, Rudi dan Jajang. Terimakasih atas dukungan dan bantuannya selama proses penulisan skripsi ini.
8. Dan teman-teman seperjuangan Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2021. Terimakasih atas segala bantuan dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini.

ABSTRAK

Hayomi, Putri Rindang. 2025. *Strategi Penggunaan Social Media Marketing Instagram dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Jamu Herbal “Ngejamu Ang Kekinian” Kota Kediri*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri. Dosen Pembimbing I: Dr. Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I. Dosen Pembimbing II: H. Mohammad Bakir, M.Fil.I.

Kata Kunci: *Social Media Marketing, Inovasi Produk, Omzet, Jamu Herbal*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *social media marketing* instagram dan inovasi produk yang diterapkan oleh usaha jamu herbal “Ngejamu Ang Kekinian” dalam meningkatkan omzet penjualan di Kota Kediri. Di tengah persaingan usaha minuman herbal yang semakin ketat dan stigma negatif terhadap jamu tradisional di kalangan generasi muda, Ngejamu Ang Kekinian berhasil menunjukkan pertumbuhan omzet yang signifikan dari Rp 19.548.000 pada periode 2017-2018 menjadi Rp 46.377.000 pada periode 2023-2024.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi pemilik usaha, karyawan, dan konsumen Ngejamu Ang Kekinian. Data dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta diuji keabsahannya dengan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi *social media marketing* Instagram diterapkan secara sistematis melalui enam tahapan meliputi penetapan tujuan yang terukur, identifikasi target *audiens* (generasi milenial dan Gen Z), analisis kompetitor, pemilihan Instagram sebagai *platform* utama, pengembangan konten yang bervariasi dan edukatif, serta publikasi konten secara konsisten dengan menghasilkan 417 postingan, 35 *highlight stories*, dan 37 video *reels*; (2) Strategi inovasi produk menerapkan lima tipe inovasi berbasis modulasi yaitu inovasi ukuran kemasan (250 ml dan 500 ml), inovasi kemasan modern dan menarik, inovasi desain visual yang mengikuti tren, inovasi pengembangan produk dengan 11 varian rasa menggunakan bahan komplementer, dan inovasi pengurangan upaya melalui sistem pemesanan online; (3) Keterkaitan kedua strategi berhasil meningkatkan omzet melalui optimalisasi indikator harga jual yang kompetitif dan produk yang menarik, menciptakan ekosistem pemasaran yang memperluas segmen pasar dan membangun loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi *social media marketing* instagram yang terstruktur dan inovasi produk yang komprehensif secara bersamaan menciptakan keterkaitan yang kuat dalam meningkatkan *brand awareness*, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong pertumbuhan omzet yang berkelanjutan pada usaha jamu herbal tradisional.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang telah melimpahkan kenikmatan taufik, hidayah, dan inayah-Nya kepada kita semua, khususnya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Penggunaan *Social Media Marketing* Instagram Dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Omzet Pada Usaha Jamu Herbal “Ngejamu Ang Kekinian” Kota Kediri.” Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang, yaitu agama Islam.

Skripsi ini merupakan upaya penulis untuk memahami dan mendalami bagaimana Strategi Penggunaan *Social Media Marketing* Instagram Dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Omzet Pada Usaha Jamu Herbal “Ngejamu Ang Kekinian” Kota Kediri. Proses penyelesaian skripsi ini dilakukan dengan penuh dedikasi, semangat, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Dengan penuh rasa hormat, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor UIN Syekh Wasil Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Dr. Nuril Hidayati, S.Fil.I, M.Hum selaku Kaprodi Ekonomi Syariah UIN Syekh Wasil Kediri.

4. Ibu Dr. Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak H. Mohammad Bakir, M.Fil.I Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah, M.Pd selaku Wali Dosen.
7. Bapak dan Ibu Dosen, serta semua staf program studi Ekonomi Syariah UIN Syekh Wasil Kediri.
8. Bapak Angga Pria Santoso selaku pemilik usaha Ngejamu Ang Kekinian yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam membantu penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna, penulis masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis meminta maaf yang sedalam-dalamnya atas kesalahan yang dilakukan penulis. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik. Kebenaran datangny dari Allah dan kesalahan datangny dari diri penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan ridho-Nya kepada kita semua.

Penulis

Putri Rindang Hayomi

NIM. 21401092

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Telaah Pustaka	25
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Strategi Pemasaran.....	20
B. <i>Social Media Marketing</i>	20
C. Inovasi Produk.....	25
D. Omzet	31

BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
B. Kehadiran Peneliti	35
C. Lokasi Penelitian	35
D. Data dan Sumber Data	36
1. Data Primer.....	36
2. Data Sekunder.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data	37
1. Observasi	37
2. Wawancara.....	37
3. Dokumentasi.....	38
F. Instrumen Pengumpulan Data	38
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	38
1. Perpanjangan Pengamatan	38
2. Peningkatan Ketekunan.....	38
3. Triangulasi	38
H. Teknik Analisis Data	42
1. Reduksi Data.....	42
2. Penyajian Data.....	42
3. Pengambilan Kesimpulan.....	43
I. Tahapan-Tahapan Penelitian.....	43
1. Tahap Pra Lapangan.....	44
2. Tahap Pengerjaan Lapangan.....	44
3. Tahap Analisis Data	44
4. Tahap Penulisan Laporan	44
BAB IV PAPARAN DAN TEMUAN PENELITIAN	46
A. Paparan Data.....	46
1. Gambaran Secara Umum Ngejamu Ang Kekinian	46
2. Paparan Data.....	51
B. Temuan Penelitian	77
BAB V PEMBAHASAN	80

A. Analisis Strategi <i>Social Media Marketing</i> Instagram yang Digunakan Usaha Jamu Herbal “Ngejamu Ang Kekinian”	80
B. Analisis Strategi Inovasi Produk yang Digunakan Usaha Jamu Herbal “Ngejamu Ang Kekinian”	84
C. Analisis Penggunaan Strategi <i>Social Media Marketing</i> Instagram dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet Usaha Jamu Herbal “Ngejamu Ang Kekinian”	90
BAB VI PENUTUP	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Usaha Jamu Herbal di Kota Kediri	4
Tabel 1.2 Perbandingan <i>Social Media</i> Instagram Usaha Jamu Herbal di Kota Kediri ...	7
Tabel 1.3 Perbandingan Inovasi Produk Usaha Jamu Herbal di Kota Kediri	9
Tabel 1.4 Jumlah Omzet Ngejamu Ang Kekinian Periode 2017-2024.....	11
Tabel 4.1 Inovasi Kemasan Ngejamu Ang Kekinian	65
Tabel 4.2 Inovasi Varian Produk Ngejamu Ang Kekinian	68
Tabel 4.3 Harga Setiap Kemasan Ngejamu Ang Kekinian	74
Tabel 4.4 Laporan Omzet Penjualan.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Desain Logo Ngejamu Ang Kekinian	50
Gambar 4.2 Struktur Pengurus Ngejamu Ang Kekinian	51
Gambar 4.3 Konten Ngejamu Ang Kekinian di Hari Jamu Nasional	56
Gambar 4.4 Akun Instagram Ngejamu Ang Kekinian	59
Gambar 4.5 Postingan Akun Instagram Ngejamu Ang Kekinian	60
Gambar 4.6 <i>Instastory</i> Akun Instagram Ngejamu Ang Kekinian.....	61
Gambar 4.7 Video Reels Akun Instagram Ngejamu Ang Kekinian	62
Gambar 4.8 Inovasi Kemasan Ngejamu Ang Kekinian	66
Gambar 4.9 Inovasi Pengembangan Ngejamu Ang Kekinian	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	105
Lampiran 2 Surat Permohonan Izin Riset/Penelitian.....	109
Lampiran 3 Balasan Surat Permohonan Izin Riset/Penelitian.....	110
Lampiran 4 Bukti Konsultasi Skripsi.....	111
Lampiran 5 Dokumentasi Riset/Penelitian.....	113
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup	118