

## BAB IV

### PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Barley Store

##### 1. Sejarah Barley Store

Barley Store di Kediri merupakan salah satu bentuk pengembangan usaha CV Barley Globalindo, perusahaan ritel yang bergerak di bidang penjualan pakaian jadi dan berpusat di Kota Blitar.<sup>73</sup> CV Barley Globalindo memiliki brand utama yang dikenal dengan nama Barley Division, yang memproduksi berbagai jenis pakaian seperti kaos, kemeja, topi, dan produk fashion lainnya. Perusahaan ini didirikan oleh Yuritama Bachtiar, yang akrab disapa Tebe, dengan latar belakang usaha yang dirintis secara mandiri sejak usia muda.

Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan usaha dan keberhasilan strategi branding yang diterapkan pada Barley Store di Kota Blitar, CV Barley Globalindo mulai merencanakan ekspansi ke luar daerah. Ekspansi ini didorong oleh meningkatnya permintaan produk Barley Division serta meluasnya jaringan distribusi ke berbagai kota di Jawa dan luar Jawa. Berdasarkan kondisi tersebut, pada tahun 2018 perusahaan memutuskan untuk membuka Barley Store di Kota Kediri sebagai langkah strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisi merek di wilayah Jawa Timur.

Barley Store Kediri didirikan di Jl. Joyoboyo No. 36, Kota Kediri, yang dipilih karena memiliki lokasi strategis dan potensi pasar yang besar.

---

<sup>73</sup> 'Dokumen Dari Barley Store Kediri'.

Kehadiran Barley Store di Kota Kediri bertujuan untuk mendekatkan produk langsung kepada konsumen, meningkatkan *brand awareness*, serta memberikan pengalaman berbelanja yang mencerminkan identitas dan kualitas brand Barley Division. Selain melalui toko fisik, Barley Store juga memanfaatkan strategi *digital marketing*, khususnya melalui media sosial seperti Instagram, untuk memperluas jangkauan promosi, membangun interaksi dengan konsumen, serta mendukung peningkatan penjualan produk. Sejak awal beroperasi, Barley Store Kediri mendapatkan respons yang cukup positif dari masyarakat setempat, yang terlihat dari meningkatnya minat konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan.

Dalam perkembangannya, Barley Store Kediri tidak hanya berfungsi sebagai tempat penjualan, tetapi juga sebagai media branding perusahaan.<sup>74</sup> Konsep toko, kualitas pelayanan, serta konsistensi produk menjadi fokus utama dalam mempertahankan kepercayaan konsumen. Keberadaan Barley Store Kediri turut berkontribusi dalam memperkuat citra Barley Division sebagai brand lokal yang mampu bersaing dengan merek lain di industri fashion.

Namun, pada tahun-tahun berikutnya, khususnya sejak tahun 2020, Barley Store Kediri turut merasakan dampak penurunan penjualan akibat pandemi Covid-19. Pembatasan aktivitas masyarakat menyebabkan penurunan jumlah kunjungan konsumen ke toko fisik. Menghadapi kondisi tersebut, CV Barley Globalindo melakukan berbagai strategi adaptif, salah satunya dengan mengoptimalkan penjualan melalui platform digital dan

---

<sup>74</sup> Dokumen Dari Barley Store Kediri

marketplace. Strategi ini bertujuan untuk menjaga keberlangsungan usaha serta mempertahankan stabilitas keuangan perusahaan.

Secara keseluruhan, pendirian dan perkembangan Barley Store di Kediri merupakan bagian penting dari strategi ekspansi CV Barley Globalindo. Barley Store Kediri tidak hanya menjadi sarana perluasan pasar, tetapi juga menjadi simbol pertumbuhan dan keberhasilan perusahaan dalam mengembangkan brand lokal melalui pengelolaan usaha yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

## **2. Visi dan Misi Barley Store Kediri**

Keberhasilan penjualan suatu usaha dilatarbelakangi oleh kemampuan perusahaan dalam menjalankan visi dan misi secara tepat dan konsisten.<sup>75</sup> Barley Store Kediri sebagai unit usaha ritel di bidang fashion di bawah naungan CV Barley Globalindo memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman dalam setiap kegiatan operasional bisnisnya. Penerapan visi dan misi tersebut berperan penting dalam menentukan arah pengembangan usaha, meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap Barley Store Kediri.

- a. Visi : Menjadi brand fashion yang memiliki daya tarik dan nilai kepuasan yang tinggi untuk masyarakat khususnya remaja dan abg
- b. Misi :
  - 1) Menjadi perusahaan fashion yang professional yaitu perusahaan yang memiliki manajemen terstruktur dan tersistemasi dengan baik

---

<sup>75</sup> Dokumen Dari Barley Store Kediri

- 2) Menjadi perusahaan fashion terpercaya yaitu perusahaan yang memiliki akuntabilitas dan kredibilitas yang tinggi
- 3) Menjadi perusahaan fashion terpilih yaitu dengan mempunyai prioritas utama dalam bekerjasama dengan semua pihak yang berkepentingan.
- 4) Mengutamakan kenyamanan pelanggan pada saat berbelanja melalui outlet maupun online store.
- 5) Menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan
- 6) Menjadi perusahaan yang dekat dengan pelanggan dengan memberikan solusi, informasi, dan edukasi agar selalu bermanfaat bagi pelanggan dan mitra Perusahaan.

### **3. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian Barley Store Kota Kediri ini bisa dikatakan strategis karena berada di kawasan pusat kota, mudah dijangkau oleh masyarakat, serta berada pada jalur yang ramai dilalui. Selain itu, Barley Store merupakan salah satu distro lokal yang aktif memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana pemasaran. Untuk penelitian ini dilakukan secara langsung di Jl. Joyoboyo No. 36, Kelurahan Kemas, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Jawa Timur.

### **4. Logo Barley Store**

Dalam upaya menawarkan produknya, Barley Store telah memiliki sebuah logo yang berfungsi sebagai identitas visual.<sup>76</sup> Keberadaan logo tersebut tidak hanya bertujuan untuk memperkuat ciri khas Barley Store,

---

<sup>76</sup> Dokumen Dari Barley Store Kediri

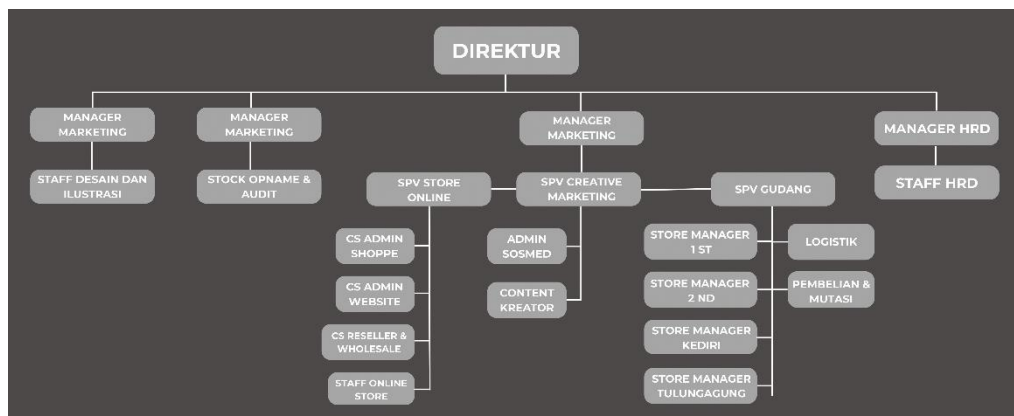
tetapi juga untuk meningkatkan daya tarik konsumen melalui estetika tampilan produk yang ditawarkan.

**Gambar 4.1**  
**Logo Barley Store**

**barley®**

## 5. Struktur Organisasi

**Gambar 4.2**  
**Struktur Organisasi Barley Store**



## 6. Tugas dan Tanggung Jawab

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perusahaan memiliki struktur organisasi yang disusun berdasarkan pembagian tugas dan tanggung jawab sesuai dengan bidang masing-masing.<sup>77</sup> Struktur organisasi tersebut dibentuk dengan tujuan agar setiap aktivitas bisnis dapat terlaksana secara efektif dan efisien.

### a. Pemilik Barley Store (Direktur)

Pemilik Barley Store, bertanggung jawab penuh atas seluruh kebijakan strategi dan operasional perusahaan. Adapun tugas dan

<sup>77</sup> Dokumen Dari Barley Store Kediri

tanggung jawabnya meliputi:<sup>78</sup>

- 1) Menyediakan koleksi kebutuhan sandang bagi anak muda dengan konsep trendy dan casual yang mengikuti perkembangan mode terkini.
- 2) Menghadirkan produk fashion dengan desain sederhana (simple) namun tetap memiliki nilai estetika dan karakter yang kuat.
- 3) Menjaga kualitas bahan dan kenyamanan produk agar dapat digunakan dalam berbagai aktivitas sehari-hari.
- 4) Menawarkan pilihan produk yang mudah dipadupadankan sehingga sesuai dengan gaya hidup anak muda.
- 5) Memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan melalui pelayanan yang ramah dan profesional.

b. Manager Marketing (Desain dan Ilustrasi)

Manager Marketing (Desain dan Ilustrasi) bertanggung jawab dalam mengelola strategi visual dan identitas merek Barley Store untuk mendukung kegiatan promosi dan penjualan. Tugasnya meliputi:

- 1) Menyusun konsep desain promosi online dan offline
- 2) Mengawasi kualitas hasil desain
- 3) Menjaga konsistensi branding
- 4) Berkoordinasi dengan tim pemasaran lainnya

c. Staff Desain dan Ilustrasi

Staff Desain dan Ilustrasi bertanggung jawab dalam pembuatan seluruh materi visual yang digunakan untuk kebutuhan promosi dan komunikasi brand. Tugasnya meliputi:

---

<sup>78</sup> Dokumen Dari Barley Store Kediri

- 1) Membuat desain konten media sosial
- 2) Menyusun materi promosi dan katalog produk
- 3) Menyesuaikan desain dengan kebutuhan kampanye
- 4) Mendukung kebutuhan visual toko dan online

d. Manager Marketing (Stock Opname & Audit)

Manager Marketing (Stock Opname dan Audit) bertanggung jawab dalam pengawasan dan pengendalian persediaan barang agar sesuai dengan data dan kebutuhan operasional. Tugasnya meliputi:<sup>79</sup>

- 1) Mengatur jadwal stock opname
- 2) Melakukan audit persediaan barang
- 3) Menyusun laporan stok secara berkala
- 4) Mengawasi sistem pengelolaan stok

e. Stock Opname & Audit

Staff Stock Opname dan Audit bertanggung jawab dalam pengecekan fisik dan pencatatan stok barang secara akurat. Tugasnya meliputi:

- 1) Melakukan perhitungan stok secara rutin
- 2) Mencocokkan data stok dengan system
- 3) Melaporkan selisih stok
- 4) Menjaga ketertiban pencatatan barang.

f. SPV Store Online

Supervisor Store Online bertanggung jawab dalam mengelola dan mengawasi operasional penjualan online Barley Store. Tugasnya

---

<sup>79</sup> Dokumen Dari Barley Store Kediri

meliputi:

- 1) Mengawasi proses pemesanan online
- 2) Mengontrol pelayanan pelanggan
- 3) Mengelola tim admin online
- 4) Meningkatkan performa penjualan online

g. CS Admin Shopee

CS Admin Shopee bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan pelanggan dan pengelolaan penjualan melalui platform Shopee. Tugasnya meliputi:<sup>80</sup>

- 1) Menangani chat dan pesanan pelanggan
- 2) Mengelola promo dan voucher
- 3) Menangani komplain pelanggan
- 4) Memastikan kepuasan pelanggan

h. CS Admin Website

CS Admin Website bertanggung jawab dalam pengelolaan pesanan dan pelayanan pelanggan melalui website resmi Barley Store. Tugasnya meliputi:

- 1) Mengelola order masuk dari website
- 2) Mengupdate data produk dan stok
- 3) Mengonfirmasi pembayaran
- 4) Menangani kendala pelanggan

i. CS Reseller & Wholesale

CS Reseller dan Wholesale bertanggung jawab dalam

---

<sup>80</sup> Dokumen Dari Barley Store Kediri

pengelolaan hubungan dengan reseller dan pembelian grosir. Tugasnya meliputi:

- 1) Melayani pemesanan reseller
- 2) Mengelola data reseller
- 3) Memberikan informasi harga dan stok
- 4) Menjaga hubungan kerja sama

j. Staff Online Store

Staff Online Store bertanggung jawab dalam proses penyiapan, pengepakan, dan pengiriman pesanan online. Tugasnya meliputi:<sup>81</sup>

- 1) Melakukan packing barang
- 2) Mengecek kualitas produk
- 3) Menyiapkan pengiriman tepat waktu
- 4) Menjaga kerapihan area kerja

k. Manager Marketing (Creative & Store Online)

Manager Marketing (Creative & Store Online) merupakan bagian yang bertanggung jawab dalam mengelola penjualan online serta pelaksanaan promosi digital Barley Store agar berjalan efektif dan sesuai target perusahaan. Tugasnya meliputi:

- 1) Mengelola dan mengembangkan penjualan melalui platform online
- 2) Mengawasi dan mengoordinasikan tim creative, sosial media, dan store online
- 3) Menyusun serta menjalankan strategi promosi digital

---

<sup>81</sup> Dokumen Dari Barley Store Kediri

- 4) Menganalisis performa penjualan online dan efektivitas kampanye pemasaran

#### l. SPV Creative Marketing

Supervisor Creative Marketing bertanggung jawab dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi promosi kreatif Barley Store. Tugasnya meliputi:<sup>82</sup>

- 1) Menyusun strategi konten pemasaran
- 2) Mengawasi tim kreatif
- 3) Mengevaluasi performa konten
- 4) Menyesuaikan konten dengan tren.

#### m. Admin Sosial Media

Admin Sosial Media bertanggung jawab dalam pengelolaan akun media sosial Barley Store Kediri. Tugasnya meliputi:

- 1) Mengunggah konten secara rutin
- 2) Berinteraksi dengan audiens
- 3) Memantau insight media sosial
- 4) Meningkatkan engagement

#### n. Content Creator

Content Creator bertanggung jawab dalam pembuatan konten visual dan video untuk kebutuhan promosi. Tugasnya meliputi:

- 1) Membuat foto dan video produk
- 2) Mengedit konten promosi
- 3) Mengikuti tren konten

---

<sup>82</sup> Dokumen Dari Barley Store Kediri

4) Mendukung kampanye pemasaran.

o. SPV Gudang

Supervisor Gudang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pengawasan seluruh aktivitas pergudangan. Tugasnya meliputi:<sup>83</sup>

- 1) Mengatur keluar masuk barang
- 2) Mengawasi stok Gudang
- 3) Mengelola distribusi barang
- 4) Menjaga kerapihan dan keamanan gudang.

p. Staff Online Store

Staff Online Store bertanggung jawab dalam proses penyiapan, pengepakan, dan pengiriman pesanan online. Tugasnya meliputi:

- 1) Melakukan packing barang
- 2) Mengecek kualitas produk
- 3) Menyiapkan pengiriman tepat waktu
- 4) Menjaga kerapihan area kerja

q. Pembelian dan Mutasi

Bagian Pembelian dan Mutasi bertanggung jawab dalam pengadaan dan perpindahan barang antar gudang dan toko. Tugasnya meliputi:

- 1) Melakukan pembelian stok
- 2) Mengatur mutasi antar toko
- 3) Memastikan ketersediaan barang
- 4) Membuat laporan pembelian

---

<sup>83</sup> Dokumen Dari Barley Store Kediri

r. Store Manager Kediri

Store Manager Kediri bertanggung jawab dalam pengelolaan operasional dan penjualan toko Barley Store Kediri. Tugasnya meliputi:<sup>84</sup>

- 1) Mengelola operasional toko harian
- 2) Mengatur jadwal kerja karyawan
- 3) Mencapai target penjualan
- 4) Menjaga kualitas pelayanan pelanggan

s. Store Manager Tulungagung

Store Manager Tulungagung merupakan bagian yang bertanggung jawab dalam mengelola seluruh kegiatan operasional toko Barley Store cabang Tulungagung agar berjalan efektif, tertib, dan sesuai dengan standar perusahaan. Tugasnya meliputi:

- 1) Mengelola operasional toko secara harian
- 2) Mengatur jadwal kerja dan pengawasan karyawan toko
- 3) Mencapai target penjualan yang telah ditetapkan
- 4) Menjaga kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

t. Logistik

Bagian Logistik bertanggung jawab dalam proses pengiriman dan pendistribusian barang. Tugasnya meliputi:

- 1) Mengatur pengiriman barang
- 2) Berkoordinasi dengan ekspedisi
- 3) Memastikan ketepatan pengiriman
- 4) Mengelola dokumen pengiriman

---

<sup>84</sup> Dokumen Dari Barley Store Kediri

u. Manager HRD

Manager HRD bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya manusia Barley Store. Tugasnya meliputi:<sup>85</sup>

- 1) Menyusun kebijakan SDM
- 2) Mengelola rekrutmen dan evaluasi
- 3) Mengawasi kedisiplinan karyawan
- 4) Mengembangkan kompetensi karyawan

v. Staff HRD

Staff HRD bertanggung jawab dalam administrasi dan pelayanan sumber daya manusia. Tugasnya meliputi:

- 1) Mengelola data dan absensi karyawan
- 2) Membantu proses payroll
- 3) Mendukung rekrutmen
- 4) Mengelola administrasi kepegawaian

## **B. Paparan Data**

Pada bab ini, data yang diperoleh oleh peneliti akan dipaparkan sesuai dengan fokus penelitian. Pemaparan data ini mencakup hasil wawancara dengan narasumber yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai strategi *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan pada Barley Store Kota Kediri. Setelah proses wawancara dilakukan, peneliti akan menyajikan serta menganalisis data yang diperoleh langsung dari lapangan. Pemaparan tersebut bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penerapan strategi *digital marketing* yang diterapkan oleh Barley Store serta pengaruhnya

---

<sup>85</sup> Dokumen Dari Barley Store Kediri

terhadap peningkatan penjualan. Dengan demikian, data yang diperoleh akan diuraikan secara mendalam agar dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai peran strategi *digital marketing* dalam mendukung pertumbuhan usaha Barley Store Kota Kediri.

### **1. *Digital marketing* yang dilakukan oleh Barley Store Kota Kediri**

Dalam dunia bisnis, setiap pelaku usaha perlu melakukan penerapan strategi *digital marketing* agar mampu bertahan dan memperoleh keunggulan bersaing.<sup>86</sup> Penerapan strategi *digital marketing* tersebut dapat dilakukan melalui berbagai aspek, seperti pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce*. Setiap pelaku usaha memiliki strategi tersendiri dalam menjalankan usahanya. Hal ini juga diterapkan oleh Barley Store Kota Kediri yang memanfaatkan strategi *digital marketing* sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan serta menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

#### **a. *Social Media Marketing***

Media sosial merupakan salah satu sarana pemasaran digital yang memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun komunikasi dengan konsumen. Pemanfaatan media sosial sebagai strategi *digital marketing* memungkinkan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk, promosi, serta membangun citra merek secara lebih cepat dan efektif. Salah satu media sosial yang banyak digunakan dalam kegiatan marketing adalah Instagram, karena mampu menampilkan visual produk secara menarik dan sesuai dengan kebiasaan

---

<sup>86</sup> Marnoto, *Digital Marketing* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2024).

konsumen yang aktif di platform digital. Strategi *social media marketing* yang tepat diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen serta mendorong peningkatan penjualan.

Berikut ini wawancara dengan Kevin selaku Kepala Toko Barley Store Kota Kediri:

*Digital marketing* itu penting mba untuk mempertahankan usaha, Kami rutin upload foto produk, info promo atau giveaway, serta stok terbaru supaya pelanggan tahu dan tertarik untuk beli. Soalnya sekarang kebanyakan orang aktif di media sosial, jadi lebih gampang buat promosi dan menjangkau pelanggan tanpa harus ketemu langsung.<sup>87</sup>

Berdasarkan wawancara di atas, dapat kita lihat bahwa Barley Store Kota Kediri menyatakan pentingnya penerapan *digital marketing* dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya. *Digital marketing* dianggap sebagai strategi yang efektif karena mampu menjangkau pelanggan lebih luas melalui media sosial, terutama Instagram. Dengan rutin membagikan foto produk, promo atau giveaway, serta update stok, dinilai efektif dalam meningkatkan penjualan karena sesuai dengan kebiasaan konsumen yang aktif di media sosial.

Berikut ini wawancara dengan Kak Rendy selaku admin sosial media Barley Store Kota Kediri:

Kalau dari yang kami rasakan sih mbak, *digital marketing* atau promosi ya apalagi lewat Instagram itu praktis. Soalnya pelanggan jadi lebih cepat tahu produk atau promo yang lagi ada, jadi lebih tertarik buat beli dan lumayan nambah pelanggan baru juga. Banyak yang awalnya tahu Barley Store dari Instagram, terus lanjut chat kami lewat DM(chat Instagram) buat tanya-tanya atau langsung pesan gitu mba<sup>88</sup>

Berdasarkan wawancara di atas, dapat kita lihat bahwa Barley

---

<sup>87</sup> Kak kevin, 'Wawancara Selaku Kepala Toko Barley Store Kediri'. 16 Januari 2026

<sup>88</sup> Kak Rendy, 'Wawancara Selaku Admin Sosial Media'. 16 Januari 2026

Store Kota Kediri merasakan adanya pengaruh positif dari promosi yang dilakukan melalui Instagram terhadap penjualan. Melalui media sosial tersebut, konsumen dapat dengan cepat mengetahui informasi produk dan promo, sehingga meningkatkan minat untuk melakukan pembelian. Selain itu, Instagram juga berperan dalam menambah jumlah pelanggan baru, di mana banyak konsumen yang awalnya mengenal Barley Store melalui Instagram, kemudian melanjutkan komunikasi melalui fitur *Direct Message* (DM) untuk menanyakan produk atau melakukan pemesanan menggunakan link *shoppe* yang dibagikan. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram menjadi media yang efektif dalam memperkenalkan produk sekaligus sebagai sarana awal dalam proses interaksi dan transaksi dengan konsumen.

Berikut ini wawancara dengan Kak Rena selaku Karyawan Toko Barley Store Kota Kediri:

Menurut kami ya mbak, promosi lewat instagram itu lebih praktis dan efektif gitu lo, nggak perlu ketemu langsung tapi tetap bisa menjangkau banyak pelanggan, apalagi sekarang orang-orang lebih sering main HP. Selain itu, media sosial juga bisa jadi tempat untuk membangun *brand awareness*, karena lewat konten yang dibagikan secara rutin, Barley Store jadi lebih dikenal dan diingat oleh konsumen.<sup>89</sup>

Berdasarkan wawancara di atas, dapat kita lihat bahwa Barley Store Kota Kediri memandang promosi melalui media sosial sebagai strategi pemasaran yang praktis dan efektif. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi yang praktis dan efektif, tetapi juga sebagai media dalam membangun *brand awareness* Barley Store Kota

---

<sup>89</sup> Kak Rena, 'Wawancara Selaku Karyawan Barley Store Kediri'. 16 Januari 2026

Kediri. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial menjadi sarana yang efisien dalam mendukung kegiatan pemasaran serta memperluas jangkauan pasar Barley Store Kota Kediri.

Berikut ini wawancara dengan Kak Diana selaku Tim Keuangan Toko Barley Store Kota Kediri :

Saya melihat bahwa promosi melalui media sosial seperti Instagram memang cukup efektif dan juga lebih efisien dari sisi biaya sih mbak dibandingkan dengan promosi secara langsung atau menggunakan media cetak, pemasaran melalui Instagram kan juga tidak membutuhkan biaya operasional yang besar, tetapi tetap bisa menjangkau banyak calon pelanggan.<sup>90</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa Barley Store Kota Kediri memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai strategi promosi yang efektif dan efisien dari segi biaya. Promosi melalui Instagram dinilai lebih praktis karena tidak memerlukan biaya operasional yang besar seperti promosi langsung atau media cetak, namun tetap mampu menjangkau banyak calon pelanggan. Oleh karena itu, penggunaan media sosial menjadi salah satu cara yang mendukung kegiatan pemasaran Barley Store dalam memperluas jangkauan konsumen.

Berikut ini wawancara dengan Kak Nina selaku admin shoppee Toko Barley Store Kota Kediri :

Kalau dari sudut pandang saya sebagai admin Shopee sih, promosi lewat media sosial seperti Instagram itu cukup membantu ya mbak. Biasanya setelah kita upload konten promo atau produk baru di Instagram, banyak juga yang akhirnya mampir ke toko Shopee kita. Jadi Instagram itu bisa dibilang seperti pintu awal supaya orang tahu produk Barley Store<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup> Kak Diana, 'Wawancara Selaku Tim Keuangan Barley Store Kediri'. 16 Januari 2026

<sup>91</sup> Kak Nina, 'Wawancara Selaku Admin Shoppee Barley Store Kediri'. 16 Januari 2026

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas penjualan Barley Store Kota Kediri di platform Shopee. Konten promosi dan informasi produk yang dibagikan melalui Instagram mampu menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk mengunjungi toko Barley Store di Shopee. Dengan demikian, Instagram berfungsi sebagai sarana awal untuk memperkenalkan produk sekaligus meningkatkan traffic dan potensi penjualan di platform Shopee.

Berikut ini wawancara dengan Kak Nauval selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Sejujurnya, aku sempat beli langsung di Shopee setelah lihat promosi mereka di Instagram. Kontennya menarik dan relate sama yang lagi aku butuhin, jadi langsung aja aku gass check out boss.<sup>92</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Bintang selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Aku sebenere tahu Barley dari Instagram karena kan sering lewat di beranda. Terus aku kepo aku stalk lah akunnya dan lihat produknya cakep-cakep, yaudah langsung checkout lewat link di bio.<sup>93</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Ilham selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Aku malah sering mantau Instagram nya buat nungguin info promo. Kalau udah lumayan, biasanya langsung aku checkout.<sup>94</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Tino selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

---

<sup>92</sup> Kak Nauval, 'Wawancara Selaku Konsumen Barley Store Kota Kediri'. 16 Januari 2026

<sup>93</sup> Kak Bintang, 'Wawancara Selaku Konsumen Barley Store Kota Kediri'. 16 Januari 2026

<sup>94</sup> Kak Ilham, 'Wawancara Selaku Konsumen Barley Store Kota Kediri'. 16 Januari 2026

Konten, foto sampai promo sih yang sering lewat, aku jadi kayak familiar sama brand-nya dan nempel gitu di kepala, jadi aku tertarik buat beli produknya.<sup>95</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Syaiful selaku konsumen

Barley Store Kota Kediri :

Sebagai Gen Z, aku jelas tahu Barley karena Instagram nya sering banget muncul di berandaku. Lama-lama jadi brand favorit sih, soalnya selain kualitasnya bagus, spesifikasinya juga worth it dan cakep banget woi.<sup>96</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan para konsumen, dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen Barley Store Kota Kediri. Konten yang menarik, visual produk yang estetik, serta informasi promo yang disampaikan secara rutin mampu menarik perhatian konsumen, meningkatkan minat beli, dan membuat konsumen mengenal Barley Store untuk pertama kali. Keberadaan link Shopee pada bio Instagram juga memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi, sehingga proses pembelian menjadi lebih praktis dan cepat. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media promosi dan pengenalan merek, tetapi juga sebagai penghubung menuju platform *e-commerce* dalam mendukung proses transaksi dan peningkatan penjualan.

b. *Search Engine Marketing (SEM)*

SEM adalah bagian penting dari strategi *digital marketing* yang digunakan untuk meningkatkan visibilitas, *brand awareness*, traffic

---

<sup>95</sup> Kak Tino, 'Wawancara Selaku Konsumen Barley Store Kota Kediri'. 16 Januari 2026

<sup>96</sup> Kak Syaiful, 'Wawancara Selaku Konsumen Barley Store Kota Kediri'. 16 Januari 2026

berkualitas, dan konversi dalam pasar digital yang kompetitif.<sup>97</sup> Melalui penerapan SEM, Barley Store Kediri dapat menjangkau konsumen yang secara aktif mencari informasi terkait produk tertentu, sehingga menghasilkan traffic yang lebih terarah dan berkualitas. Selain meningkatkan traffic, SEM juga berperan dalam membangun brand awareness karena kemunculan merek secara berulang pada hasil pencarian dapat memperkuat ingatan dan pengenalan konsumen terhadap suatu brand.

Berikut ini wawancara dengan Kak Kevin selaku Kepala Toko Barley Store Kota Kediri:

Iya sangat membantu mba, konsumen yang datang lewat pencarian biasanya memang sudah punya niat beli, jadi mereka cari produk tertentu dan yang datang itu biasanya bukan asal lihat lihat, tapi memang butuh, sehingga *traffic* yang masuk lebih terarah. Walaupun awalnya belum beli, tapi mereka jadi ingat nama brand-nya, jadi pas butuh produk sejenis, Barley Store langsung kepikiran.<sup>98</sup>

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa penerapan *Search Engine Marketing* (SEM) membantu Barley Store Kota Kediri dalam menjangkau konsumen yang memiliki niat beli tinggi, sehingga *traffic* yang diperoleh lebih terarah dan berkualitas. Selain itu, kemunculan Barley Store melalui hasil pencarian juga berperan dalam meningkatkan *brand awareness*, karena meskipun konsumen belum langsung melakukan pembelian, nama Barley Store tetap diingat dan menjadi pilihan ketika konsumen membutuhkan produk sejenis.

Berikut ini wawancara dengan Kak Rendy selaku admin sosial

---

<sup>97</sup> Upit Elya Rohimi, 'The Implementation of SEO and SEM in *Digital Marketing Strategy*', 20–24.

<sup>98</sup> Wawancara Dengan Kak Kevin Selaku Kepala Toko Barley Store Kediri, 18 Januari 2026

media Barley Store Kota Kediri:

Kalau dari yang kami rasakan, *traffic* yang datang lewat pencarian itu lebih berkualitas. Mereka biasanya langsung nanya produk, stok, atau harga. Jadi lebih cepat juga ke proses pembelian dibandingkan yang cuma lihat-lihat saja.<sup>99</sup>

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa *traffic* yang diperoleh Barley Store Kota Kediri melalui pencarian memiliki kualitas yang lebih baik karena konsumen datang dengan tujuan yang jelas, seperti menanyakan produk, ketersediaan stok, dan harga. Kondisi ini membuat proses pengambilan keputusan pembelian menjadi lebih cepat dibandingkan dengan konsumen yang hanya sekadar melihat-lihat, sehingga berpotensi meningkatkan terjadinya transaksi.

Berikut ini wawancara dengan Kak Rena selaku Karyawan Barley Store Kota Kediri:

Menurut saya, pengunjung yang datang dari pencarian itu juga lebih potensial, karena mereka datang bukan cuma sekadar *scrolling* atau lihat-lihat saja, tapi memang sedang mencari produk tersebut. Dengan begitu, pencarian di internet juga bisa membantu meningkatkan peluang penjualan sekaligus membuat brand Barley Store lebih dikenal oleh konsumen mbak<sup>100</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pencarian melalui internet atau *Search Engine Marketing* (SEM) membantu Barley Store Kota Kediri dalam menjangkau calon konsumen yang lebih potensial. Kondisi tersebut terjadi karena konsumen yang datang melalui pencarian biasanya sudah memiliki kebutuhan atau minat terhadap produk tertentu, sehingga peluang terjadinya pembelian menjadi lebih besar. Selain itu, pencarian di internet juga berperan dalam

---

<sup>99</sup> Wawancara Dengan Kak Rendy Selaku Admin social media Barley Store Kediri, 18 Januari 2026

<sup>100</sup> Wawancara Dengan Kak Rena Selaku Karyawan Barley Store Kediri, 18 Januari 2026

meningkatkan pengenalan brand (*brand awareness*) Barley Store di kalangan konsumen.

Berikut ini wawancara dengan Kak Diana selaku Tim Keuangan Toko Barley Store Kota Kediri :

Menurut kami iya, karena yang datang dari pencarian itu biasanya sudah siap beli. Jadi peluang terjadinya transaksi lebih besar. SEM membantu mendukung penjualan karena konsumen sudah punya kebutuhan sebelum menghubungi kami<sup>101</sup>

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa *Search Engine Marketing* (SEM) berperan dalam mendukung peningkatan penjualan Barley Store Kota Kediri, karena konsumen yang datang melalui pencarian umumnya telah memiliki kebutuhan dan kesiapan untuk membeli.

Berikut ini wawancara dengan Kak Nina selaku Admin Shoppe Toko Barley Store Kota Kediri :

Kalau menurut saya, pengunjung yang menemukan produk Barley Store lewat pencarian di internet atau di Shopee biasanya memang sudah tertarik dengan produk yang mereka cari mbak. Jadi mereka datang bukan cuma sekedar lihat-lihat saja, tapi memang sedang membutuhkan produk tersebut. Karena itu, peluang mereka untuk membeli juga biasanya lebih besar dibandingkan pengunjung yang hanya browsing saja.<sup>102</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengunjung yang menemukan produk melalui pencarian di internet atau di Shopee cenderung memiliki minat yang lebih tinggi terhadap produk yang dicari. Fenomena tersebut karena mereka datang dengan tujuan yang jelas untuk mencari produk tertentu, sehingga

---

<sup>101</sup> Wawancara Dengan Kak Diana Selaku Tim Keuangan Barley Store Kediri, 18 Januari 2026

<sup>102</sup> Wawancara Dengan Kak Nina Selaku Admin Shoppee Barley Store Kediri, 18 Januari 2026

peluang terjadinya pembelian menjadi lebih besar dibandingkan pengunjung yang hanya sekadar melakukan browsing. Selain itu, pencarian tersebut juga membantu produk Barley Store lebih mudah ditemukan oleh konsumen.

Berikut ini wawancara dengan Kak Nauval selaku konsumen

Barley Store Kota Kediri :

Iya, waktu itu saya memang lagi butuh fashion, jadi saya cari lewat Google kemudian Barley Store muncul dan waktu saya pencet langsung ke profil instagramnya, jadi ya langsung checkout sekalian lewat link shoppe di bionya.<sup>103</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Bintang selaku konsumen

Barley Store Kota Kediri :

Iya, karena sering muncul di hasil pencarian, jadi saya jadi lebih kenal sama nama Barley Store. Lama lama jadi inget dan lebih percaya gitu sih san<sup>104</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Ilham selaku konsumen

Barley Store Kota Kediri :

Ya membantu banget san. Soale aku tau Barley Store itu pas lagi nyari produk yang aku butuhin, jadi yo langsung fokus ke toko itu. Informasi produknya juga jelas, yakinlah buat beli.<sup>105</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Tino selaku konsumen

Barley Store Kota Kediri :

Jadi lebih cepat sih, soalnya saya sudah tahu mau beli apa, tinggal lihat produknya terus lanjut ke proses pembelian.<sup>106</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Syaiful selaku konsumen

Barley Store Kota Kediri :

---

<sup>103</sup> Wawancara Dengan Kak Nauval Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>104</sup> Wawancara Dengan Kak Bintang Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>105</sup> Wawancara Dengan Kak Ilham Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>106</sup> Wawancara Dengan Kak Tino Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

Jelas membantu bangetlah san, waktu itu aku nyari kaos warna hitam dan aku udah tau brand barley kan jadi ya langsung aja aku pakai fitur itu, langsung buka link di bio instagramnya jadi lebih cepet si.<sup>107</sup>

Berdasarkan wawancara dengan para konsumen, dapat disimpulkan bahwa Barley Store Kota Kediri mudah ditemukan melalui pencarian ketika konsumen membutuhkan produk tertentu, sehingga proses pembelian menjadi lebih cepat dan terarah. Kemunculan Barley Store di hasil pencarian meningkatkan pengenalan dan kepercayaan konsumen terhadap merek, sementara keterhubungan ke Instagram dan link Shopee memudahkan konsumen untuk langsung melakukan transaksi.

### c. *Content Marketing*

*Content marketing* merupakan proses pemasaran dan bisnis yang berfokus pada penciptaan serta pendistribusian konten yang relevan, bernilai, dan konsisten untuk menarik, memperoleh, serta melibatkan audiens target yang telah didefinisikan dengan jelas. Konten yang disajikan tidak hanya bertujuan untuk mempromosikan produk secara langsung, tetapi juga memberikan informasi, edukasi, maupun hiburan yang sesuai dengan kebutuhan dan minat audiens. Melalui *content marketing*, Barley Store Kediri dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat citra merek.

Berikut ini wawancara dengan Kak Kevin selaku Kepala Toko Barley Store Kota Kediri :

---

<sup>107</sup> Wawancara Dengan Kak Syaiful Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

Kalau soal konten, kami biasanya fokus bikin konten yang menarik dan relevan buat konsumen. Isinya nggak melulu jualan, tapi juga ada info produk, update model terbaru, promo, dan kadang konten ringan biar konsumen nggak bosan. Kami juga sering bikin konten yang sifatnya informatif atau hiburan, misalnya tips *mix and match* produk atau penjelasan soal bahan dan kualitas, supaya konsumen lebih paham dan makin tertarik<sup>108</sup>.

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa Barley Store Kota Kediri menerapkan strategi *content marketing* dengan menyajikan konten yang menarik, relevan, dan bervariasi. Konten yang dibagikan tidak hanya berfokus pada promosi produk, tetapi juga mencakup informasi produk, pembaruan model, promo, serta konten informatif dan hiburan seperti tips *mix and match* dan penjelasan kualitas produk.

Berikut ini wawancara dengan Kak Rendy selaku Admin sosial media Barley Store Kota Kediri :

Menurut kami ya mbak, lewat konten itu hubungan sama konsumen jadi lebih dekat. Konsumen jadi sering lihat update dari kami, terus ada yang komentar atau DM, jadi komunikasinya lebih aktif dan nggak cuma pas mau beli aja. Soalnya konten kita juga rutin dan jelas jadi dari foto atau video yang kami upload, mereka bisa lihat sendiri kualitas produknya<sup>109</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Rena selaku Karyawan Barley Store Kota Kediri :

Menurut kami mbak, lewat konten itu konsumen jadi lebih gampang buat tahu informasi tentang produk Barley Store kan mereka bisa lihat update terbaru, cara pakai, sampai kualitas produknya langsung dari foto atau video yang kami upload. Jadi konsumen nggak perlu bingung atau banyak tanya lagi, karena semuanya sudah dijelasin lewat konten. Terus mereka juga

---

<sup>108</sup> Wawancara Dengan Kak Kevin Selaku Kepala Toko Barley Store Kediri, 18 Januari 2026

<sup>109</sup> Wawancara Dengan Kak Rendy Selaku Admin social media Barley Store Kediri, 18 Januari 2026

sering respon lewat komentar atau DM, jadi komunikasi jadi lebih cepat dan aktif<sup>110</sup>

Berdasarkan wawancara di atas yang ditegaskan oleh karyawan Barley Store Kota Kediri, dapat disimpulkan bahwa content marketing yang dilakukan Barley Store Kota Kediri berperan dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen melalui komunikasi yang aktif. Konten yang dibagikan secara rutin dan jelas mendorong terjadinya interaksi, baik melalui komentar maupun pesan langsung, serta membantu konsumen menilai kualitas produk melalui foto dan video yang ditampilkan.

Berikut ini wawancara dengan Kak Diana selaku Tim Keuangan Barley Store Kota Kediri :

Kalau dari sisi saya ya mbak, konten yang dibuat Barley Store juga cukup membantu karena bisa menarik perhatian konsumen dan memberikan informasi produk dengan jelas. Jadi secara tidak langsung, konten tersebut juga ikut mendukung peningkatan penjualan.<sup>111</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa konten yang dibuat oleh Barley Store memiliki peran dalam menarik perhatian konsumen sekaligus memberikan informasi produk secara jelas. Melalui konten tersebut, konsumen menjadi lebih mudah memahami produk yang ditawarkan sehingga secara tidak langsung dapat mendukung peningkatan penjualan.

Berikut ini wawancara dengan Kak Nina selaku admin shoppe Barley Store Kota Kediri :

---

<sup>110</sup> Wawancara Dengan Kak Rena Selaku Karyawan Barley Store Kediri, 18 Januari 2026

<sup>111</sup> Wawancara Dengan Kak Diana Selaku Tim Keuangan Barley Store Kediri, 18 Januari 2026

Kalau dari saya sebagai admin Shopee mbak, konten yang dibuat Barley Store cukup membantu karena konsumen bisa langsung melihat informasi produk dari foto, video, maupun deskripsi yang ada. Biasanya mereka sudah memahami produk yang ditawarkan sebelum bertanya, jadi konsumen juga cenderung lebih yakin untuk melakukan pembelian.<sup>112</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa konten yang dibuat oleh Barley Store membantu konsumen dalam memperoleh informasi produk melalui foto, video, dan deskripsi yang tersedia. Dengan adanya informasi tersebut, konsumen dapat lebih memahami produk sebelum bertanya, sehingga meningkatkan keyakinan mereka untuk melakukan pembelian.

Berikut ini wawancara dengan Kak Nauval selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Ngebantu banget lah, dari foto dan video yang di-upload, aku jadi bisa lihat kualitas bahan, detail produknya, sampai cara mix and match-nya. Jadi sebelum beli, udah kebayang jelas produknya kayak gimana.<sup>113</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Bintang selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Bantu banget sih. Soalnya dari foto sama videonya kelihatan jelas kualitas produknya, jadi aku nggak cuma nebak-nebak pas mau beli.<sup>114</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Ilham selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Iya, membantu sih mbak, soalnya kontennya jelas gitu ya, jadi aku bisa tahu produknya kayak gimana tanpa harus datang langsung ke toko.<sup>115</sup>

---

<sup>112</sup> Wawancara Dengan Kak Nina Selaku Admin Shopee Barley Store Kediri, 18 Januari 2026

<sup>113</sup> Wawancara Dengan Kak Nauval Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>114</sup> Wawancara Dengan Kak Bintang Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>115</sup> Wawancara Dengan Kak Ilham Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

Berikut ini wawancara dengan Kak Tino selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Menurut aku membantu, karena dari konten itu aku bisa lihat kualitas dan model produknya sebelum beli<sup>116</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Syaiful selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Jelas bantu sih mbak, Jadi sebelum beli tuh udah ada bayangan produknya.<sup>117</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan para konsumen Barley Store Kota Kediri, dapat disimpulkan bahwa konten yang dibagikan melalui media sosial sangat membantu konsumen dalam mengenal produk. Melalui foto dan video yang diunggah, konsumen dapat melihat kualitas bahan, detail, model, serta cara *mix and match* produk dengan jelas.

#### d. *Influencer Marketing*

*Influencer marketing* merupakan strategi *digital marketing* yang melibatkan kerja sama antara merek dan individu yang memiliki pengaruh di media sosial dalam mempromosikan produk atau jasa.<sup>118</sup> Strategi ini dimanfaatkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan spesifik melalui pengaruh, popularitas, serta kredibilitas yang dimiliki *influencer* di mata para pengikutnya. Melalui platform media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan platform digital lainnya, *influencer* mampu menyampaikan pesan pemasaran secara lebih personal

---

<sup>116</sup> Wawancara Dengan Kak Tino Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>117</sup> Wawancara Dengan Kak Syaiful Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>118</sup> Hidayatullah As-syahri, 'Peranan *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital 5 . 0', 1.July (2024), 356–62.

dan persuasif.

Berikut ini wawancara dengan Kak Kevin selaku Kepala Toko Barley Store Kota Kediri :

Menurut kami *influencer marketing* cukup efektif sih mbak untuk membantu memperkenalkan Barley Store ke audiens yang lebih luas. *Influencer* kan punya pengaruh besar di media sosial, jadi produk kami bisa lebih cepat dikenal. Oiya selain itu, *influencer* kami juga sudah punya *followers* yang sesuai dengan target pasar kami, jadi promosi lewat *influencer* terasa lebih natural dan lebih dipercaya konsumen dibandingkan iklan biasa.<sup>119</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Toko Barley Store Kota Kediri, dapat disimpulkan bahwa *influencer marketing* dinilai sebagai strategi pemasaran yang efektif dalam memperkenalkan Barley Store kepada audiens yang lebih luas. Penggunaan *influencer* dengan pengaruh besar di media sosial serta *followers* yang sesuai dengan target pasar membuat promosi terasa lebih natural dan meningkatkan kepercayaan konsumen dibandingkan dengan iklan konvensional.

Berikut ini wawancara dengan Kak Rendy selaku admin sosial media Toko Barley Store Kota Kediri:

*Influencer marketing* itu sangat membantu mbak, terutama buat ngenalin Barley Store ke lebih banyak orang. *Influencer* kan punya jangkauan yang luas di media sosial, jadi produk kami bisa lebih cepat sampai ke target pasar khususnya anak muda, makanya promosi yang dilakukan terasa lebih alami.<sup>120</sup>

Berdasarkan wawancara dengan karyawan Toko Barley Store Kota Kediri, dapat disimpulkan bahwa *influencer marketing* memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperluas jangkauan pemasaran

---

<sup>119</sup> Wawancara Dengan Kak Kevin Selaku Kepala Toko Barley Store Kediri, 16 Januari 2026

<sup>120</sup> Wawancara Dengan Kak Rendy Selaku Admin social media Barley Store Kediri, 16 Januari 2026

Barley Store. Melalui *influencer* yang memiliki jangkauan luas di media sosial, produk Barley Store dapat lebih cepat dikenal oleh target pasar, khususnya kalangan anak muda.

Berikut ini wawancara dengan Kak Rena selaku Karyawan Toko Barley Store Kota Kediri:

Kalau pakai *influencer* itu enaknya ya mbak promosi jadi terasa lebih terpercaya. Soalnya konsumen biasanya lebih yakin kalau produk direkomendasikan langsung sama *influencer* yang mereka ikuti. Jadi selain jangkauannya luas, efeknya juga lebih meyakinkan<sup>121</sup>

Berdasarkan wawancara di atas yang ditegaskan oleh Kak Rena selaku Karyawan Toko Barley Store Kota Kediri, dapat disimpulkan bahwa *influencer marketing* memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Promosi melalui *influencer* dinilai lebih efektif karena rekomendasi yang diberikan terasa lebih meyakinkan, sehingga konsumen lebih percaya dan tertarik untuk melakukan pembelian.

Berikut ini wawancara dengan Kak Diana selaku Tim Keuangan Toko Barley Store Kota Kediri:

Menurut saya ya mbak, penggunaan *influencer* sangat membantu karena dapat memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Situasi tersebut juga dapat berdampak pada peningkatan penjualan<sup>122</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan *influencer* dalam kegiatan promosi mampu memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Kondisi tersebut secara tidak langsung dapat

---

<sup>121</sup> Wawancara Dengan Kak Rena Selaku Karyawan Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>122</sup> Wawancara Dengan Kak Diana Selaku Tim Keuangan Barley Store Kediri, 16 Januari 2026

memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan Barley Store.

Berikut ini wawancara dengan Kak Nina selaku admin shoppe Toko Barley Store Kota Kediri:

Kalau itu menurut saya, penggunaan *influencer* cukup membantu karena dapat menarik lebih banyak konsumen ke toko. Selain itu, rekomendasi dari *influencer* juga membuat konsumen lebih percaya sehingga peluang pembelian menjadi lebih besar.<sup>123</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan *influencer* dalam promosi dapat menarik lebih banyak konsumen untuk mengunjungi toko. Selain itu, rekomendasi dari *influencer* juga meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga peluang terjadinya pembelian menjadi lebih besar.

Berikut ini wawancara dengan Kak Nauval selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Dari konten *influencer*, aku jadi lebih ngerti soal model, kualitas, dan detail produk Barley Store sebelum beli, soalnya *influencer* yang aku lihat juga udah aku percaya, jadi makin yakin buat nyobain produknya.<sup>124</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Bintang selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Dari postingan *influencer*, aku jadi kebayang produknya Barley Store kayak gimana kualitasnya.<sup>125</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Ilham selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

---

<sup>123</sup> Wawancara Dengan Kak Nina Selaku Admin Shoppee Barley Store Kediri, 16 Januari 2026

<sup>124</sup> Wawancara Dengan Kak Nauval Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>125</sup> Wawancara Dengan Kak Bintang Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

Kalau aku sih, lewat *influencer* aku jadi lebih tertarik sama Barley Store karena penyampaiannya lebih *relatable*<sup>126</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Tino selaku konsumen

Barley Store Kota Kediri :

Sebelumnya emang aku udah tau barley tapi tiba tiba aku tau *influencer* yang kerja sama sama Barley Store, nah menurut aku cocok sama brand-nya. Dari situ aku jadi semakin tertarik.<sup>127</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Syaiful selaku konsumen

Barley Store Kota Kediri :

Memang sebelumnya aku udah percaya sama barley mba tapi dengan adanya *influencer*, aku jadi semakin percaya sama Barley Store karena produknya kelihatan dipakai langsung dan jelasinnya itu dengan jujur, jadi nggak kelihatan berlebihan sih mbak.<sup>128</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan para konsumen Barley Store Kota Kediri, dapat disimpulkan bahwa *influencer marketing* berperan penting dalam meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan konsumen terhadap Barley Store. Konten yang disampaikan oleh *influencer* membantu konsumen memahami model, kualitas, dan detail produk secara lebih jelas sebelum melakukan pembelian.

## 2. Peningkatan Penjualan Barley Store Kediri

Dalam menjalankan suatu usaha, penerapan strategi yang tepat sangat diperlukan agar tujuan bisnis dapat tercapai. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah strategi *digital marketing*.<sup>129</sup> *Digital marketing* menjadi pendekatan yang efektif dalam membantu bisnis mempertahankan

<sup>126</sup> Wawancara Dengan Kak Ilham Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>127</sup> Wawancara Dengan Kak Tino Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>128</sup> Wawancara Dengan Kak Syaiful Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>129</sup> Zahra Dea Salsabilla and others, 'Prosiding Seminar Nasional Manajemen Analisis Penerapan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital', 4.1 (2025), 820–25.

daya saing, terutama di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Barley Store Kediri dalam mencapai tujuan usahanya menerapkan strategi *digital marketing* sebagai upaya untuk mencapai target jangka panjang. Melalui kegiatan *digital marketing*, Barley Store Kediri mampu meningkatkan jumlah pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan produk setiap tahunnya.

Berikut merupakan data persentase peningkatan jumlah produk yang terjual pada periode tahun 2021 hingga 2025 :

**Tabel 4.1**  
**Persentase Peningkatan Jumlah Produk Barley Store Kediri**  
**Periode Tahun 2018 hingga 2025**

Tahun	Jumlah Produk Terjual	Persentase
2018	3511/produk	5%
2019	3110/produk	5%
2020	2510/poduk	4%
2021	10872/produk	16%
2022	11176/produk	16%
2023	11618/produk	17%
2024	12489/produk	18%
2025	12621/produk	19%

Sumber : Data diperoleh dari arsip administrasi Barley Store Kediri pada 1 Januari 2026, 17 Januari 2026<sup>130</sup>

Berdasarkan data tabel di atas, dapat dilihat bahwa penjualan produk pada Barley Store Kediri mengalami peningkatan dari tahun 2021 hingga 2025. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *digital marketing* yang diterapkan dapat dikatakan berhasil, karena jumlah produk yang terjual terus meningkat setiap tahunnya. Peningkatan tersebut mencerminkan adanya perkembangan positif dalam minat dan permintaan konsumen terhadap produk Barley Store Kediri selama periode tersebut.

Berikut ini wawancara dengan Kak Kevin selaku Kepala Toko

<sup>130</sup> 'Dokumen Dari Barley Store Kediri'.

Barley Store Kota Kediri:

Alhamdulillah mbak, penjualan Barley Store Kediri mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dari tahun 2021 sampai 2025 jumlah produk yang terjual terus naik. Soalnya kami juga aktif menggunakan Instagram mbak, jadi lebih mudah menjangkau banyak orang, apalagi target pasar kami kan anak muda itu memang aktif banget di media sosial. erus ditambah juga mbak, kami sering mengadakan event seperti giveaway atau diskon. Selain itu, kami juga rutin mengupload konten di *feed* Instagram, nggak cuma foto produk saja, tapi kadang juga kata-kata unik atau konten selingan biar konsumen nggak bosan. Biasanya kalau ada promo besar, respons pelanggan itu benar-benar ramai banget mbak. Banyak yang langsung tanya-tanya lewat DM, nanya stok, harga, atau cara order. Jadi memang kelihatan banget kalau pengaruh Instagram ini menyala sekali dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, kami juga kerja sama dengan *influencer* mbak. *Influencer* ini pastinya berdampak besar, karena membantu menaikkan *followers* Instagram Barley Store dan juga meningkatkan minat konsumen. Jadi produk kami bisa lebih cepat dikenal dan dipercaya oleh banyak orang.<sup>131</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa Barley Store Kediri mengalami peningkatan jumlah pelanggan sebagai dampak dari penerapan strategi *digital marketing* yang dilakukan secara konsisten. Strategi tersebut meliputi *social media marketing*, *Search Engine Marketing (SEM)*, *content marketing*, *influencer marketing*. Penerapan berbagai strategi ini terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan minat beli konsumen, serta mendorong pertumbuhan penjualan Barley Store Kediri dari tahun ke tahun.

Berikut ini wawancara dengan Kak Kevin selaku Kepala Toko Barley Store Kota Kediri:

Kalau dari empat unsur itu, yang paling besar kontribusinya buat ningkatin penjualan ya jelas *social media* sama *influencer* mbak. Soalnya dua strategi ini kan yang paling cepat dan efektif buat langsung menjangkau konsumen lewat sosial media, Barley Store jadi makin dikenal banyak orang, terus *influencer* juga

---

<sup>131</sup> Wawancara Dengan Kak Kevin Selaku Kepala Toko Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

bikin orang lebih percaya karena biasanya mereka tertarik setelah lihat review atau rekomendasi. Alhasil, minat beli makin tinggi dan penjualannya juga makin meningkat mba.<sup>132</sup>

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa dari keempat unsur strategi *digital marketing* yang paling berhasil diterapkan oleh Barley Store Kediri dan memiliki kontribusi paling tinggi dalam menarik pelanggan guna meningkatkan penjualan adalah *social media marketing* dan *influencer marketing*. Hal ini dikarenakan meskipun unsur lain seperti *SEM* dan *content marketing* juga memberikan dampak yang baik, namun *social media* dan *influencer* mampu menjangkau konsumen lebih luas serta meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan lebih cepat.

Berikut ini wawancara dengan Kak Rena selaku Karyawan Toko Barley Store Kota Kediri :

Dari empat unsur itu ya yang paling ngedorong penjualan meningkat tuh *social media* sama *influencer* mbak. Soalnya paling cepet bikin Barley Store makin dikenal dan orang jadi percaya setelah lihat review *influencer*, jadi minat beli naik dan penjualan ikut meningkat mbak.<sup>133</sup>

Berdasarkan wawancara dengan karyawan toko Barley Store Kota Kediri, ditegaskan bahwa dari keempat unsur strategi pemasaran, *social media marketing* dan *influencer marketing* merupakan faktor yang paling besar dalam mendorong peningkatan penjualan.

Berikut ini wawancara dengan Kak Nauval selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Kalau dari empat unsur tadi yang membuat aku minat barley ya karena produknya sih mba, Taunya juga di promosikan dari Instagram dan sering muncul di *feed* sama story, Terus pas lihat

---

<sup>132</sup> Wawancara Dengan Kak Kevin Selaku Kepala Toko Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>133</sup> Wawancara Dengan Kak Rena Selaku Kepala Toko Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

Kak Reza Lemu instagramnya itu juga pernah promosiin, aku jadi makin tertarik buat coba.<sup>134</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Bintang selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Aku sempat lihat review dari Kak Reza Lemu sih san, jadi makin yakin kalau tempatnya *recommended*. Dari situ aku mikir, wah ini kayaknya enak dan worth it banget buat dicoba, akhirnya aku memutuskan untuk beli di Barley Store.<sup>135</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Ilham selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Instagram Barley tuh jadi patokan aku mbak, soalnya info promo selalu update di situ. Terus pas lihat Kak Reza Lemu nge-review jadi kayak pengen beli<sup>136</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Tino selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Waktu aku lagi scroll Instagram si aku pernah lihat Kak Reza muncul di berandaku lagi promosiin produk Barley, dari situ aku jadi kepo dan langsung cek Instagram Barley, setelah lihat lihat produknya, akhirnya aku tertarik sih<sup>137</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Syaiful selaku konsumen Barley Store Kota Kediri :

Kalau ada promo di Instagram aku pasti *notice* mbak, apalagi aku sebagai followers kak Reza Lemu, tau dia review aku langsung kepikiran buat beli lah<sup>138</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen Barley Store Kota Kediri, dapat disimpulkan bahwa strategi *digital marketing* melalui media sosial, khususnya Instagram, serta dukungan dari *influencer*

---

<sup>134</sup> Wawancara Dengan Kak Nauval Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>135</sup> Wawancara Dengan Kak Bintang Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>136</sup> Wawancara Dengan Kak Ilham Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>137</sup> Wawancara Dengan Kak Tino Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

<sup>138</sup> Wawancara Dengan Kak Syaiful Selaku Konsumen Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

seperti Kak Reza Lemu, memiliki pengaruh besar dalam meningkatkan minat beli pelanggan. Para konsumen mengaku mengetahui produk Barley Store dari promosi yang sering muncul di *feed* maupun *story* Instagram, serta semakin yakin untuk membeli setelah melihat review atau rekomendasi dari *influencer*.

Sejalan dengan hal tersebut, peningkatan jumlah penjualan akibat strategi media sosial dan peran *influencer* ini secara otomatis berdampak pada meningkatnya total penjualan, sebagaimana yang juga terjadi di Barley Store Kediri. Dengan bertambahnya konsumen yang tertarik melalui promosi digital, penjualan klinik turut mengalami peningkatan. Berikut ini merupakan data penjualan Barley Store Kediri pada tahun 2021-2025.

**Tabel 4.2**  
**Data penjualan Barley Store Kediri**  
**Periode Tahun 2018-2025**

<b>Tahun</b>	<b>Pendapatan</b>	<b>Laba</b>
2018	491.490.358,10	221.170.661,15
2019	435.384.657,40	195.923.095,83
2020	351.387.458,10	158.124.356,15
2021	1.522.110.239,30	456.633.071,79
2022	1.564.677.939,30	469.403.381,79
2023	1.626.580.969,30	487.974.290,79
2024	1.748.455.099,30	524.536.529,79
2025	1.766.875.353,60	530.062.606,08

Sumber : Data diperoleh dari arsip administrasi Barley Store Kediri

Berdasarkan data pada tabel penjualan Barley Store Kediri periode 2018–2025, dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2018 hingga 2020 terjadi penurunan pendapatan dan laba secara bertahap.<sup>139</sup> Penurunan paling terlihat pada tahun 2020, yang bertepatan dengan masa pandemi Covid-19. Kondisi tersebut berdampak pada menurunnya daya beli masyarakat serta

<sup>139</sup> Dokumen dari barley store kediri

terbatasnya aktivitas penjualan secara langsung. Selain itu, pada periode tersebut Barley Store belum memanfaatkan strategi *digital marketing*, sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas pada metode konvensional.

Namun, pada tahun 2021 terjadi peningkatan pendapatan dan laba yang signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan tersebut mengindikasikan adanya perubahan strategi *digital marketing* melalui penerapan *digital marketing*. Pemanfaatan media sosial dan platform Shopee mampu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan interaksi antara perusahaan dan konsumen, sehingga berdampak pada peningkatan laba atau keuntungan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *digital marketing* yang diterapkan oleh Barley Store Kediri, khususnya dalam aspek produk, telah berjalan secara tepat dan efektif. Keberhasilan tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang positif dari waktu ke waktu.

Berikut ini wawancara dengan Kak Kevin selaku Kepala Toko Barley Store Kota Kediri :

Iya mbak, penjualan produk Barley Store Kediri memang mengalami peningkatan, apalagi waktu pasca Covid itu penjualannya tinggi banget. Soalnya kan waktu itu banyak orang masih belum bisa bebas keluar rumah, jadi mereka lebih sering beli lewat online. Biasanya juga sekalian pesan beberapa paket sekaligus, jadi penjualannya benar-benar maksimal. Terus karena adanya *social distancing*, orang-orang juga lebih banyak di rumah dan main media sosial. Nah, dari situ kami memanfaatkan untuk rutin posting promo dan diskon semenarik mungkin supaya bisa menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan penjualan Barley Store Kediri dan alhamdulillah hasilnya berhasil.<sup>140</sup>

Berikut ini wawancara dengan Kak Rena selaku Karyawan Toko

---

<sup>140</sup> Wawancara Dengan Kak Kevin Selaku Kepala Toko Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

Barley Store Kota Kediri :

Iya jelas labanya ikut naik mbak, soalnya penjualan produknya tiap tahun juga makin banyak. Kalau penjualannya naik, otomatis omzetnya juga ikut meningkat.<sup>141</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Toko dan karyawan Barley Store Kota Kediri, dapat disimpulkan bahwa penjualan Barley Store Kediri mengalami peningkatan yang signifikan, terutama pada masa pasca Covid-19. Kondisi tersebut didukung oleh kebiasaan masyarakat yang lebih banyak melakukan pembelian secara online serta memesan produk dalam jumlah lebih besar. Selain itu, strategi marketing melalui media sosial dengan memanfaatkan promo dan diskon juga terbukti efektif dalam menarik perhatian pelanggan. Peningkatan penjualan tersebut secara otomatis berdampak pada naiknya omzet dan laba Barley Store Kediri dari tahun ke tahun.

### C. Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil paparan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi yang telah dilakukan peneliti di lapangan, ditemukan beberapa temuan terkait strategi *digital marketing* yang diterapkan oleh Barley Store Kediri dalam upaya meningkatkan penjualan, yaitu sebagai berikut :

1. Media sosial Instagram menjadi sarana utama promosi yang berkontribusi terhadap peningkatan penjualan
2. *Social Media Marketing* dan *influencer marketing* menjadi strategi *digital marketing* yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan Barley Store Kediri.

---

<sup>141</sup> Wawancara Dengan Kak Rena Selaku Karyawan Barley Store Kediri, 25 Januari 2026

3. *Search Engine Marketing* (SEM) dengan melalui Google dan marketplace berperan sebagai pintu masuk konsumen yang memiliki kebutuhan produk yang lebih spesifik.
4. *Content Marketing* membantu menyampaikan informasi produk secara lebih jelas kepada konsumen.
5. Promosi yang dilakukan melalui media sosial mampu meningkatkan pengenalan merek Barley Store dan mempermudah komunikasi antara Barley Store dan konsumen.
6. *Content marketing* meningkatkan interaksi antara Barley Store dan konsumen.
7. Barley Store Kota Kediri mengalami pertumbuhan usaha yang positif pada periode tahun 2021 hingga 2025, yang ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah pelanggan serta pertumbuhan penjualan dan laba perusahaan setiap tahunnya.
8. Peningkatan penjualan Barley Store pada periode 2021–2025 sejalan dengan intensitas penerapan strategi *digital marketing*.
9. *Traffic* dari pencarian internet menghasilkan kualitas pengunjung dan peluang transaksi yang lebih tinggi.
10. Penerapan strategi *digital marketing* secara keseluruhan berkontribusi terhadap peningkatan penjualan Barley Store Kota Kediri.