

STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN OMZET

PENJUALAN PADA BARLEY STORE KOTA KEDIRI

SKRIPSI

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



OLEH :

SANYA RARA ZUBAIDA

NIM. 22403011

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

2026

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN OMZET
PENJUALAN PADA BARLEY STORE KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh

SANYA RARA ZUBAIDA

NIM. 22403011

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

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul :

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN OMZET
PENJUALAN PADA BARLEY STORE KOTA KEDIRI**

Disusun Oleh:

SANYA RARA ZUBAIDA

NIM. 22403011

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Nilna Fauza, M. HI
NIP.198610242015032003

Pembimbing II



Moch Zainuddin, MEI
NIP. 198310302023211007

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Kediri, 26 Februari 2026

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 : Sanya Rara Zubaida

NIM : 22403011

Judul : Strategi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Barley Store 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



Nilna Fauza, M. HI
NIP.198610242015032003

Pembimbing II



Moch Zainuddin, MEI
NIP. 198310302023211007

NOTA PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 19 Mei 2026

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 : Sanya Rara Zubaida

NIM : 22403011

Judul : Strategi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Barley Store Kota Kediri

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 19 Mei 2026 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Nilna Fauza, M. HI
NIP.198610242015032003

Pembimbing II



Moch Zainuddin, MEI
NIP. 198310302023211007

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA BARLEY STORE KOTA KEDIRI

SANYA RARA ZUBAIDA

NIM. 22403011

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
pada tanggal 19 Mei 2026

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Amrul Mutagin, MEI
NIP.197605072008011013


(.....)

2. Penguji I
Nilna Fauza, M. HI
NIP.198610242015032003


(.....)

3. Penguji II
Moch Zainuddin, MEI
NIP. 198310302023211007

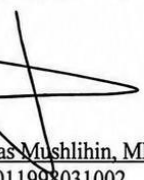

(.....)

Kediri, 19 Mei 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri




H. Imam Annas Mushlihah, MHI
NIP. 197501011998031002

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan rasa syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Karya ini dipersembahkan kepada pihak-pihak yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta semangat tanpa henti. Oleh sebab itu, dengan penuh rasa terima kasih, penulis menyampaikan persembahan ini kepada:

1. Kepada Ayahanda tercinta, sosok yang mengajarkanku arti keteguhan dan tanggung jawab. Engkau adalah tiang penyangga dalam sunyi, pelindung dalam diam. Sebagaimana firman Allah:

"Wa qul rabbir ḥamhumā kamā rabbayāni ṣaghīrā"

Artinya : "Dan ucapkanlah: Wahai Tuhanku, sayangilah keduanya sebagaimana mereka telah mendidikku pada waktu kecil." (QS. Al-Isra': 24). Semoga setiap huruf dalam karya ini menjadi doa yang mengalir untuk kesehatan, kemuliaan, dan keberkahan hidup.

2. Kepada Mami tersayang, madrasah pertamaku, sumber kelembutan dan samudra doa yang tak pernah kering. Dalam sujudmu tersimpan kekuatan yang menegakkan langkahku. Allah berfirman:

"Rabbi ḥab lī min ladunka raḥmatan wa ḥayyi' lanā min amrinā rasyadā."

Artinya : "Ya Tuhan kami, berikanlah rahmat kepada kami dari sisi-Mu dan sempurnakanlah bagi kami petunjuk yang lurus dalam urusan kami." (QS. Al-Kahfi: 10). Semoga Allah membalas setiap lelahmu dengan rahmat yang tak terhingga.

3. Dengan penuh rasa hormat dan terima kasih yang mendalam, karya ini di persembahkan kepada dosen pembimbing yang terhormat, Ibu Nilna Fauza, M.HI dan Bapak Moch Zainuddin, M.EI. Terima kasih atas segala bimbingan, kesabaran, serta keikhlasan dalam memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap nasihat dan waktu yang telah diberikan menjadi bagian berharga dalam perjalanan penulis hingga mampu menyelesaikan karya ini.

4. Kepada yang mulia, Syech Nawawi Murtadho, yang telah kuanggap sebagai kakek tercinta dalam jiwa dan ruhani. Engkau adalah pelita ilmu dan penuntun adab. Sebagaimana sabda Allah:

"Yarfa 'illāhu alladzīna āmanū minkum walladzīna ūtul 'ilma darajāt."

Artinya : "Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat." (QS. Al-Mujadilah: 11). Semoga Allah melimpahkan rahmat dan meninggikan derajatmu di dunia dan akhirat.

5. Kepada Bank Indonesia, melalui Program Beasiswa *Generasi Baru Indonesia* (GenBI), yang telah menjadi wasilah terbukanya jalan dalam perjalanan *tholabul 'ilmi*. Dukungan yang diberikan bukan sekadar bantuan materi, melainkan amanah kepercayaan dan dorongan untuk bertumbuh dalam ilmu, integritas, dan pengabdian. Firman-Nya :

"Inna khaira manista 'jarta al-qawiyul amīn."

Artinya : "Sesungguhnya sebaik-baik orang yang engkau ambil untuk bekerja adalah yang kuat lagi dapat dipercaya." (QS. Al-Qaṣaṣ: 26). Semoga setiap rupiah yang disalurkan, setiap program pembinaan yang dihadirkan, dan setiap kepercayaan yang dititipkan menjadi amal jariyah yang terus mengalir pahalanya.

6. Sebuah kehormatan tersendiri bagi penulis untuk mempersembahkan karya ini kepada Barley Store Kediri, yang telah membuka ruang, kepercayaan, dan pengalaman berharga dalam proses penelitian ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang tulus atas segala dukungan, kesempatan, dan kerja sama yang telah diberikan.

7. Kepada sahabat dan jiwa terdekat yang kucintai, yang namanya terpatri dalam doa dan harapanku. Kehadiran kalian adalah cahaya yang menguatkan langkahku. Firman-Nya:

"Innamal mu'minūna ikhwatun."

Artinya : "Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara." (QS. Al-Hujurat: 10). Semoga Allah menjaga ikatan kasih ini dalam ridha-Nya. Semoga karya ini menjadi amal yang diridhai, ilmu yang bermanfaat, dan cahaya yang menerangi perjalanan hidup kita semua.

MOTTO

“Kesuksesan bukan tentang seberapa cepat mencapainya, tetapi seberapa kuat bertahan dalam prosesnya.”

— **Najwa Shihab**

“Kejujuran, keramahan, dan amanah dalam berdagang menjadi jalan memperoleh keberkahan dan kepercayaan pelanggan.”

(**HR. Bukhari**)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sanya Rara Zubaida
NIM : 22403011
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Strategi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Omzet
Penjualan Pada Barley Store 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, 26 April 2026
Yang membuat pernyataan,



Sanya Rara Zubaida
NIM. 22403011

ABSTRAK

Sanya Rara Zubaida, Dosen pembimbing Nilna Fauza, MHI dan Moch Zainuddin, MEI. Strategi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Barley Store Kota Kediri, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Syekh Wasil Kediri.

Kata kunci : Strategi Digital Marketing, Media Sosial, Instagram, Penjualan

Persaingan bisnis fashion di era digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial dan platform digital dalam mempertahankan pasar serta meningkatkan penjualan. Barley Store Kota Kediri sebagai salah satu usaha fashion telah menerapkan strategi *digital marketing* melalui berbagai platform, khususnya Instagram dan marketplace.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi *digital marketing* serta perannya dalam meningkatkan penjualan pada Barley Store Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari kepala toko, karyawan, admin media sosial, tim keuangan, admin shoppe serta konsumen Barley Store.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Barley Store menerapkan strategi digital marketing melalui *social media marketing*, *search engine marketing (SEM)*, *content marketing*, dan *influencer marketing*. Instagram menjadi media utama dalam kegiatan promosi dengan memanfaatkan konten visual seperti foto produk serta interaksi melalui fitur komentar dan *Direct Message (DM)*. Selain itu, penggunaan *influencer* membantu meningkatkan jangkauan pasar dan kepercayaan konsumen.

Penerapan strategi *digital marketing* tersebut berkontribusi terhadap peningkatan penjualan Barley Store yang ditunjukkan melalui pertumbuhan penjualan dari Rp.1.522.110.239,30 pada tahun 2021 hingga mencapai Rp.1.766.875.353,60 pada tahun 2025. Dengan demikian, *digital marketing* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga berperan dalam meningkatkan penjualan secara nyata.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah ucapan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah menunjukkan kebaikan dan rahmat Nya, serta terima kasih sehingga skripsi yang berjudul "*Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Barley Store Kota Kediri*" dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini sebagai bentuk persyaratan akademik guna merampungkan pendidikan program S-1 Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti memperoleh banyak dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam membantu dan mendukung proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof Dr. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Wasil Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri
3. Ibu Nilna Fauza, MHI, selaku Ketua Progam Studi Manajemen Bisnis Syariah
4. Ibu Dr. Hj Zuraidah, M.SI, selaku Wali Studi penulis selama perkuliahan.
5. Ibu Nilna Fauza, MHI, selaku Dosen Pembimbing I yang rela meluangkan tenaga dan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam pengerjaan skripsi
6. Bapak Moch Zainuddin, MEI, selaku Pembimbing II yang rela meluangkan tenaga dan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam pengerjaan skripsi.
7. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Muhsin dan Ibu Anisa, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam kehidupan penulis. Dengan kasih sayang yang tulus serta doa yang tiada henti, beliau selalu memberikan dukungan penuh, baik berupa motivasi, nasihat, maupun pengorbanan yang tidak ternilai harganya bagi penulis dalam menyelesaikan

skripsi ini.

8. Ucapan terima kasih kepada pemilik Barley Store yang telah memberikan izin serta kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di Barley Store Kota Kediri. Dengan penuh keterbukaan, pihak Barley Store telah membantu penulis dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan selama proses penelitian. Semoga kebaikan dan kerja sama yang telah terjalin dapat memberikan manfaat serta mendukung perkembangan Barley Store Kediri di masa yang akan datang.
9. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyelesaian skripsi ini. Meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu, setiap bentuk bantuan, doa, motivasi, dan perhatian yang diberikan memiliki arti yang sangat besar bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi tambahan bagi pembaca.

Kediri, 01 April 2026

Penulis ,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sanya Rara Zubaida', written over a horizontal line.

Sanya Rara Zubaida

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	17
C. Tujuan Penelitian.....	18
D. Manfaat Penelitian	18
E. Penelitian Terdahulu.....	19
BAB II LANDASAN TEORI	25
A. <i>Digital Marketing</i>	25
1. Pengertian <i>Digital Marketing</i>	25
2. Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i>	29
3. Indikator <i>Digital Marketing</i>	32
4. <i>E-commerce</i>	34
B. Penjualan	35
1. Pengertian penjualan.....	35
2. Tujuan penjualan	36
3. Jenis Jenis Penjualan.....	38
4. Indikator Peningkatan Penjualan	39

BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
B. Kehadiran Peneliti	43
C. Lokasi Penelitian	43
D. Data dan Sumber Data	44
1. Sumber Data Primer	44
2. Sumber Data Sekunder	44
E. Teknik Pengumpulan Data	45
1. Wawancara (<i>Interview</i>)	45
2. Pengamatan (<i>Observasi</i>)	46
3. Dokumentasi	46
F. Pengecekan Keabsahan Data	47
G. Teknik Analisis Data	48
1. Reduksi Data	48
2. Penyajian Data	49
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	50
H. Tahap Tahap Penelitian	50
1. Tahap Persiapan Sebelum ke Lapangan	51
2. Tahap Pelaksanaan Penelitian	51
3. Tahap Analisis Data	52
4. Tahap Penulisan Laporan	52
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	53
A. Gambaran Umum Barley Store	53
1. Sejarah Barley Store	53
2. Visi dan Misi Barley Store Kediri	55
3. Lokasi Penelitian	56
4. Logo Barley Store	56
5. Struktur Organisasi	57
6. Tugas dan Tanggung Jawab	57
B. Paparan Data	65
1. Digital marketing yang dilakukan oleh Barley Store Kota Kediri	66
2. Peningkatan Penjualan Barley Store Kediri	84

C. Temuan Penelitian	91
BAB V PEMBAHASAN	93
A. Strategi <i>Digital Marketing</i> Barley Store Kota Kediri	93
1. <i>Social Media Marketing</i>	95
2. <i>Search Engine Marketing (SEM)</i>	98
3. <i>Content Marketing</i>	101
4. <i>Influencer Marketing</i>	105
B. Strategi <i>Digital Marketing</i> dalam Meningkatkan Penjualan Barley Store Kota Kediri	107
BAB VI PENUTUP	113
A. Kesimpulan.....	113
B. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Strategi <i>Digital marketing</i> pada Tiga Toko Distro di Kota Kediri (2025).....	12
Tabel 1.2 Data Penjualan Toko Distro Barley Store Kota Kediri Tahun 2021-2025.....	14
Tabel 1.3 Data Perbandingan Penerapan <i>Digital marketing</i> Toko Distro Di Kota Kediri	15
Tabel 4.1 Persentase Peningkatan Jumlah Produk Barley Store Kediri Periode Tahun 2018 hingga 2025	85
Tabel 4.2 Data penjualan Barley Store Kediri Periode Tahun 2018-2025	89
Tabel 5.1 Perbedaan Penerapan Social Media Marketing Sebelum dan Sesudah	97
Tabel 5.2 Perbedaan Penerapan <i>Search Engine Marketing</i> (SEM) Sebelum dan Sesudah	100
Tabel 5.3 Perbedaan Penerapan <i>Content Marketing</i> Sebelum dan Sesudah	102
Tabel 5.4 Perbedaan Penerapan <i>Influencer Marketing</i> Sebelum dan Sesudah....	107
Tabel 5.5 Data penjualan Barley Store Kediri Periode Tahun 2018-2025	108
Tabel 5.6 Persentase Peningkatan Jumlah Produk Barley Store Kediri Periode Tahun 2018 Hingga 2025	111
Tabel 5.7 Data penjualan Barley Store Kediri Periode Tahun 2018-2025	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Kediri (2025)	6
Gambar 4.1 Logo Barley Store.....	57
Gambar 4.2 Srtuktur Organisasi Barley Store.....	57
Gambar 5.1 Komentar Pada Social Media Marketing.....	98
Gambar 5.2 Content marketing dalam pendukung DM(direct message).....	103
Gambar 5.3 Desain Kaos Barley Store Kediri.....	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara	122
Lampiran 2	Surat Izin Penelitian dari UIN SYEKH WASIL KEDIRI.....	127
Lampiran 3	Surat Izin Penelitian dari UIN SYEKH WASIL KEDIRI.....	127
Lampiran 4	Surat Balasan Penelitian.....	129
Lampiran 5	Daftar Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing 1	130
Lampiran 6	Daftar Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing 2.....	131
Lampiran 7	Dokumentasi.....	132
Lampiran 8	Daftar Riwayat Hidup	134