

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN**

(Studi Pada Beenyofarm Resto & Café, Jombang)

SKRIPSI

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH WASIL
KEDIRI**

Oleh :

**AZKIYATUL KHUSNA
NIM. 22401080**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

2026

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN**

(Studi pada Beenyofarm Resto & Café Jombang)

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

Oleh:

AZKIYATUL KHUSNA

22401080

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

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

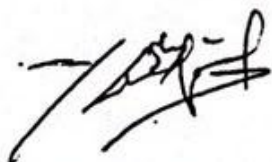
Skripsi dengan Judul
**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN (STUDI PADA BEENYOFARM RESTO & CAFÉ,
JOMBANG)**

Ditulis Oleh

**AZKIYATUL KHUSNA
NIM. 22401080**

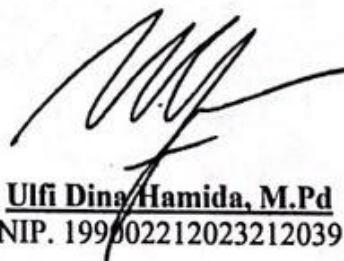
Disetujui Oleh :

Pembimbing I



**Sri Hariyanti, M.M
NIP.198510032019032006**

Pembimbing II



**Ulfi Dina Hamida, M.Pd
NIP. 199002212023212039**

NOTA DINAS

Kediri, 26 Juni 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.97, Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Bersama ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Azkiyatul Khusna

NIM : 22401080

Judul : STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi pada
Beenyofarm Resto & Café Jombag)

Setelah diperbaiki materi dan disusun kembali, kami berpendapat bahwa skripsi ini telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan pada ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1). Bersamaan ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan segera diujikan dalam sidang Munaqosah.

Dengan demikian agar makhlum dan atas ketersediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I



Sri Hariyanti, M.M
NIP. 198510032019032006

Pembimbing II



Ulfi Dina Hamida, M.Pd
NIP. 199002212023212039

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 26 Juni 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan fakultas ekonomi dan bisnis islam

Di

Jln. Sunan Ampel 07, Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Azkiyatul Khusna

NIM : 22401080

Judul : STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi pada
Beenyofarm Resto & Café Jombag)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1). Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Sri Hariyanti, M.M
NIP. 198510032019032006

Pembimbing II



Ulfi Dina Hamida, M.Pd
NIP. 199002212023212039

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN**

(Studi pada Beenyofarm Resto & Café Jombang)

AZKIYATUL KHUSNA

22401080

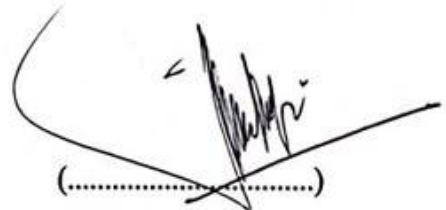
Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri pada tanggal 19 Juni 2026

Tim Penguji

1. Penguji utama

Achmad Munif, S.E.,M.M.

NIP. 196910252003121001

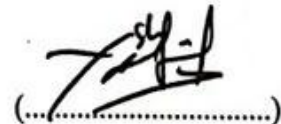


(.....)

2. Penguji I

Sri Hariyanti, M.M

NIP. 198510032019032006

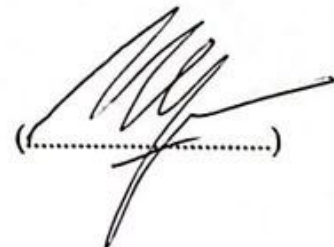


(.....)

3. Penguji II

Ulfi Dina Hamida, M.Pd.

NIP. 199002212023212039



(.....)

Kediri, 29 Juni 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri



Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.HI

NIP. 197501011998031002

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٥) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦)

“Maka sesungguhnya Bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya
Bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“The moment you stop fighting is the moment you lose everything”

(Callisto Regulus)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas rasa syukur dan nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT dalam kehidupan saya, atas berkah rahmat dan taufik-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini, dan akan saya persembahkan untuk:

1. Yang pertama saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, ayahanda Sunardi dan ibunda Munawaroh. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Mereka mampu senan tiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah memndoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga ayah dan ibu sehat, Panjang umur dan Bahagia selalu.
2. Terimakasih kepada kedua kakak saya Arif dan Tutut, serta keluarga besar yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya. Kehadiran kalian menjadi kekuatan tersendiri dalam perjalanan ini.
3. Terimakasih kepada M. Hendrico Dwi Abadi yang telah berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, dan materi kepada penulis. Serta memberi semangat, menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan. Semoga segala ketulusan dan kebaikanmu kembali padamu.
4. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan saya Avriel, Abel, Vara, Femi, Ella, Fithi, dan teman-teman KKN 110 yang sudah memberikan support dan juga selalu ada dalam suka dan duka, memberikan dukungan, bantuan, serta kebersamaan yang tak terlupakan selama kuliah dan proses penyusunan skripsi ini.
5. Terakhir, penulis menyampaikan terima kasih kepada diri sendiri, Azkiyatul Khusna, yang telah mampu bertahan hingga sejauh ini. Semoga ke depannya tetap kuat, terus berkembang, dan menjadi pribadi yang lebih baik dari waktu ke waktu.

PERNYATAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azkiyatul Khusna

NIM : 22401080

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatantersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 20 Mei 2026

Yang membuat pernyataan



Azkiyatul Khusna

ABSTRAK

AZKIYATUL KHUSNA, Dosen pembimbing I Sri Hariyanti, M.M. Dosen Pembimbing II Ulfi Dina Hamida, M.Pd. Strategi *Digital marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Studi Pada Beenyofarm Resto & Café, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, 2026.

Kata kunci: *Digital marketing*, Penjualan

Digital marketing merupakan strategi pemasaran berbasis teknologi yang memanfaatkan internet dan media digital untuk menjangkau konsumen secara luas tanpa batasan ruang dan waktu. Pemanfaatan platform seperti media sosial, website, dan iklan daring memungkinkan pelaku usaha meningkatkan visibilitas produk serta membangun hubungan yang lebih interaktif dengan konsumen. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, *digital marketing* berperan penting dalam mendorong peningkatan penjualan melalui penyampaian konten yang menarik, segmentasi pasar yang tepat, serta kemudahan akses informasi bagi calon pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memahami secara mendalam penerapan strategi *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan. Data diperoleh melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan pemilik, karyawan, serta konsumen. Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan guna memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *digital marketing* memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, serta penggunaan iklan berbayar mampu memperluas jangkauan pasar dan menarik konsumen dari berbagai daerah. Peningkatan ini terlihat dari lonjakan penjualan setelah penggunaan *digital marketing*, yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital efektif dalam meningkatkan daya saing serta pertumbuhan usaha secara signifikan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkanNya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini mengungkapkan Strategi *Digital marketinga* Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Beenyofarm Resto & Café Jombang).

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
2. Ibu Sri Hariyanti M, M. Dan Ibu Ulfi Dina Hamida, M.Pd. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Imam Annas Mushlihin, M.HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri, beserta Bapak dan Ibu dosen staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Wildan Fawaid, M.E.I. selaku ketua program studi Ekonomi Syari'ah, Ibu Nuril Hidayati S,Fil.I M.Hum. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah tahun 2022-2026.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama di bangku perkuliahan. Serta seluruh staf fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
6. Kepada kedua orang tua saya ayahanda sunardi dan ibunda munawaroh. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Mereka

mampu senan tiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah memndoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga ayah dan ibu sehat, Panjang umur dan Bahagia selalu.

7. Kepada kedua kakak saya Arif dan Tutut, serta keluarga besar yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya. Kehadiran kalian menjadi kekuatan tersendiri dalam perjalanan ini.
8. Kepada M. Hendrico Dwi Abadi yang telah berkontribusi dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, dan materi kepada penulis. Serta memberi semangat, menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan. Semoga segala ketulusan dan kebaikanmu kembali padamu.
9. Kepada teman-teman seperjuangan saya Avriel, Abel, Vara, Femi, Ella, Fithi, dan teman-teman KKN 110 yang sudah memberikan support dan juga selalu ada dalam suka dan duka, memberikan dukungan, bantuan, serta kebersamaan yang tak terlupakan selama kuliah dan proses penyusunan skripsi ini.
10. Terakhir, penulis menyampaikan terima kasih kepada diri sendiri, Azkiyatul Khusna, yang telah mampu bertahan hingga sejauh ini. Semoga ke depannya tetap kuat, terus berkembang, dan menjadi pribadi yang lebih baik dari waktu ke waktu.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAN KEASLIAN TULISAN	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Penelitian Terdahulu	14
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. <i>Digital marketing</i>	20
1. Pengertian <i>Digital marketing</i>	20
2. Tujuan <i>Digital marketing</i>	21
3. <i>Digital marketing</i> dalam Islam	22
4. Jenis-Jenis <i>Digital marketing</i>	23
B. Penjualan	24
1. Pengertian Penjualan	24
2. Tujuan Penjualan	25
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	27
4. Indikator Peningkatan Penjualan	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	30
B. Kehadiran Penelitian	31
C. Lokasi Penelitian	31
D. Data dan Sumber Data	31

E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Analisis Data	34
G. Pengecekan Keabsahan Data	36
H. Tahap -Tahap Penelitian	38
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	40
A. Gambaran Umum Beenyofarm Resto & Café	40
1. Sejarah Beenyofarm	40
2. Visi dan Misi	43
3. Struktur Organisasi	43
B. Paparan Data	49
1. Deskripsi Implementasi Strategi <i>Digital marketing</i> Beenyofarm Resto & Café. 49	
2. Deskripsi Implementasi Peningkatan Penjualan Beenyofarm Resto & Café....	64
C. Temuan Penelitian	70
BAB V PEMBAHASAN	73
A. Strategi <i>Digital marketing</i> Yang Digunakan Beenyofarm Resto & Cafe	73
B. Strategi <i>Digital marketing</i> Dalam Meningkatkan Penjualan	78
BAB VI PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Perbandingan Cafe & Resto di Jombang	6
Tabel 1. 2	Data peningkatanpenjualan di Beenyofarm Resto & Café	10
Tabel 4. 1	Produk Yang Dijual di Beenyofarm Resto & Café	47
Tabel 4. 2	Peningkatan Jumlah Penjualan Beenyofarm Dari Tahun 2022-2025	67
Tabel 4. 3	Klasifikasi 30 Customer Beenyofarm Resto & Café	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Beenyofarm Resto & Café	44
Gambar 4. 2 Website yang mempromosikan Beenyofarm Resto & café	50
Gambar 4. 3 Sosial Media Beenyofarm Resto & Café	53
Gambar 4. 4 Konten video Beenyofarm	54
Gambar 4. 5 Konten Foto Pada Akun Instagram Beenyofarm	55
Gambar 4. 6 Beenyofarm resto & café di akun promosi sosial media	57
Gambar 4. 7 Penggunaan iklan berbayar	60
Gambar 4. 8 Dekorasi Setiap Event Di Beenyofarm	64