PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN DI ABAH KOPI KEDIRI

SKRIPSI

Ditulis Guna Memenuhi Persyaratan Dalam Pembuatan Skripsi Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE)

Oleh:

MUH. ZULFA AUNILLAH

9313.436.14

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN
GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN DI ABAH KOPI KEDIRI

MUH. ZULFA AUNILLAH
9313.436.14

Disetujui oleh:

Pembimbing I,	**Pembimbing II,**
Sri Anugrah Nataliana, SE, MM	**Choiril Anam, M.EI**
NIP. 19771225 200901 2 006	**NIDN. 2029038403**

NOTA DINAS

Kediri, 18 November 2020

Lampiran : 4 (empat) berkas
H a l : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) 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 : MUH. ZULFA AUNILLAH
NIM : 9313.436.14
Judul : PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN DI ABAH KOPI KEDIRI

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

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,

Sri Anugrah Nataliana, SE, MM
NIP. 19771225 200901 2 006

Pembimbing II,

Choiril Anam, M.EI
NIDN. 2029038403

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 18 November 2020

Lampiran : 4 (empat) berkas
H a l : Penyerahan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut AgamaIslam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 - Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : MUH. ZULFA AUNILLAH
NIM : 9313.436.14
Judul : PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN DI ABAH KOPI KEDIRI

Setelah diperbaiki materi dan susunanya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada 12 November 2020. Kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya. Demikian agar maklum adanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,

Sri Anugrah Nataliana, SE, MM
NIP. 19771225 200901 2 006

Pembimbing II,

Choiril Anam, M.EI
NIDN. 2029038403

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN
GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN DI ABAH KOPI KEDIRI

MUH. ZULFA AUNILLAH
9313.436.14

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 12 November 2020

1. **Penguji Utama**

   Dr. Andriani, SE, MM (.....)
   NIP. 19730113 200312 2 001

2. **Penguji 1**

   Sri Anugrah Nataliana, SE, MM (.....)
   NIP. 19771225 200901 2 006

3. **Penguji II**

   Choiril Anam, M.EI (.....)
   NIDN. 2029038403

Kediri, 18 November 2020
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

HALAMAN MOTTO

كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْؤُوْلٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ (متفق عليه)

Artinya: “Kamu sekalian adalah pemimpin dan akan dimintai pertanggung jawabannya mengenai orang yang dipimpinnya. (H.R. Bukhari Muslim)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, syukurku tiada terbatas pada-Mu ya Robbi. Diri ini tiada daya tanpa kekuatan dari-Mu. Shalawat serta salamku padamu sang suri tauladanku Nabi Muhammad SAW. Kuharap syafa'atmu di penghujung hari nanti.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Yang utama untuk kedua orang tua saya tercinta, yang memberikan dukungan, semangat, motivasi,serta tak henti-hentinya pula mendo'akan saya setiap hari. Tidak mungkin saya dapat menyelesaikan penelitian ini tanpa peran besar dari kedua orang tua saya.
2. Tak kalah penting pula juga untuk saudara-saudara seperjuangan saya di UKM Musik AMOEBA, mas-mas senior serta adek-adek saya tercinta, yang tidak bisa saya sebutkan namanya juga satu persatu. Mereka yang tak ada henti-hentinya memberi support kepada saya, serta banyak lagi sahabat seperjuang saya di UKM se-IAIN Kediri
3. Teman seperjuangan saya di komunitas-komunitas. Diantaranya Asmoro LC, Sastra pare, semua penggiat literasi, dan semua seniman keren sekediri raya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu.
4. Terakhir untuk semua orang baik diseluruh penjuru alam semesta, yang terus menerus menebar kebaikan serta cinta dan kasih sayangnya kepada sesama makhluk ciptaan Tuhan. Teriring doa baik untuk kalian semua. Amin

ABSTRAK

Muh. Zulfa Aunillah, 2020. Peran Instagram Sebagai Media Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan di Abah Kopi Kediri, Dosen Pembimbing Sri Anugrah Nataliana, SE, MM dan Choiril Anam, M.EI.

Kata Kunci : Peran, Instagram, Pemasaran

Sosial media merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, penyalur, pemasok dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan dimanapun berada. Sosial media sangat membantu sebagai media penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen di manapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Tujuan dalam penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui penggunaan media sosial, tingkat penjualan dan peranan media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan di Abah Kopi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisa data menggunakan metode Induktif dengan pendekatan peran instagram sebagai media pemasaran guna meningkatkan penjualan di abah kopi kediri. Sedangkan untuk memperoleh keabsahan temuan menggunakan teknik ketekunan pengamatan, triangulasi, dan pemeriksaan sejawat melalui diskusi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Penggunaan instagram dalam promosi Abah Kopi Media sosial instagram memperluas alternatif bagi pengguna instagram, mengetahui adanya berbagai produk pada gilirannya menimbulkan adanya pilihan dengan meningkatkan promosi, hiburan menu makanan serta fasilitas pelayanan. fitur *Instagram* sebagai strategi komunikasi pemasaran @Abah Kopi sudah dilakukan dengan maksimal. 2. Peningkatan laba juga terbilang signifikan pada dua tahun terakhir, terlihat pada tahun pertama peningkatan laba 20% dan diikuti tahun berikutnya 33%. Hal tersebut menunjukan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram dalam penjualan kopi di Abah Kopi Kediri dikatakan berhasil. 3. Peran media sosial dalam meningkatkan penjualan di Abah Kopi dapat dilihat dari penyebaran angket kepada para konsumen Abah Kopi, berdasarkan tabel penulis, disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial instagram sangat efektif. Karena dengan adanya media Sosial instagram memberikan pencerahan kepada Abah Kopi dalam melakukan promosi yang bisa dilakukan secara langsung dan sederhana serta bisa langsung berhadapan dengan pelanggan jika ada yang ingin ditanyakan atau ingin mengkritik pihak Abah Kopi.

KATA PENGANTAR

Bissmillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin, kami panjatkan puji syukur atas kehadirat Allah SWT atas rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

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

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, MM selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, Lc., MEI selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
4. Dosen Pembimbing Sri Anugrah Nataliana, SE, MM dan Choiril Anam, M.EI yang telah memberikan bimbingan, arahan dan dorongan sehingga penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan.
5. Beserta staf, atas segala kebijaksanaan, perhatian dan dorongan sehingga kami bisa menyelesaikan studi.
6. Kedua orang tuaku dan keluargaku yang selalu memberikan semangat dan doa serta penuh pengertian selama kami menyelesaikan studi.

7. Teman-teman mahasiswa di IAIN Kediri dan berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu, yang telah meberikan dukungan moril sehingga kami dapat menyelesaikan studi.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin

Kediri, 19 November 2020

PENULIS

(Muh Zulfa Aunillah)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

NOTA DINAS iii

NOTA PEMBIMBING iv

HALAMAN PENGESAHAN v

MOTTO vi

HALAMAN PERSEMBAHAN vii

ABSTRAK viii

KATA PENGANTAR ix

DAFTAR ISI xi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian 1

B. Fokus Penelitian 8

C. Tujuan Penelitian 8

D. Kegunaan Penelitian 8

E. Telaah Pustaka 9

BAB II: KAJIAN TEORITIK

A. Media Sosial 13

B. Instagram 18

C. Tinjauan Umum Penjualan 21

D. Media Sosial sebagai Promosi Penjualan 24

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 26

B. Kehadiran Peneliti dan Lokasi Penelitian 27

C. Sumber Data 27

D. Pengumpulan Data 28

E. Analisis Data 29

F. Pengecekan Keabsahan Data 30

BAB IV: PAPARAN DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Paparan Data 32

B. Temuan Penelitian 49

BAB V: PEMBAHASAN

A. Penggunaan Media Sosial Instagram di Abah Kopi 52

B. Tingkat Penjualan di Abah Kopi 57

C. Peran Media Sosial Instagram terhadap Peningkatan Penjualan di Abah Kopi 63

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan 68

B. Saran 69

DAFTAR PUSTAKA .....

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Dan Sumber Informasi Tentang Abah Kopi

Tabel 1.2 Laporan Keuangan Laba Rugi Abah Kopi Periode tahun 2017 dan 2018

Tabel 4.1 Nama- Nama Pengunjung dan Bagaimana Mengetahui Abah Kopi

Tabel 4.2 Tingkat Keefektifan Media Sosial

Tabel 5.1 Tabel Jumlah Followers

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 halaman beranda Instagram Abah Kopi
Gambar 4.2 postingan dengan kata- kata unik dan berbeda
Gambar 4.3 postingan unik dari Abah Kopi
Gambar 4.4 percakapan dengan konsumen luarkota
Gambar 4.5 sesi tanya jawab mengenai menu dengan konsumen
Gambar 4.6 ajakan konsumen satu ke konsumen lain melalui @
Gambar 4.8 mengenalkan menu baru kepada konsumen

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Instrument
Lampiran 2: Foto Dokumentasi
Lampiran 3: Daftar Konsultasi Skripsi
Lampiran 4: Daftar Riwayat Hidup