

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE SHOP  
DITINJAU DARI MARKETING SYARIAH  
(Studi Kasus Online Shop Aeshop Kediri)**

Ditulis Oleh:

**PRESTY RUDI DWI RAHAYU**

**9.313.129.17**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Pembimbing 1

Pembimbing II

Dr. Sulistyowati, S.HI, M.EI  
NIP.19810930 200901 2 008

Suprihantosa Sugiarto, S.EI, M.H  
NIP.19911228 201903 1 003

## NOTA DINAS

Kediri, 2022

Nomor :  
Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi  
Kepada :

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Agama Islam Negeri  
(IAIN) Kediri

Di Jl. Sunan Ampel 07 – Ngronggo

Kediri

*Assalamu'alaikum warahmatullahiwabarakatuh*

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

Nama : Presty Rudi Dwi Rahayu

NIM : 9313.129.17

Judul : PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE SHOP  
DITINJAU DARI MARKETING SYARIAH (Studi Kasus  
Online Shop Aeshop Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan berbagai  
ketentuan dan beberapa tuntunan yang telah di berikan dalam sidang  
munaqosah kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi  
syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1)

*Wa`alaikumssalam warahmatullahiwabarakatuh*

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Sulistyowati, S.HI, M.EI  
NIP. 19810930 200901 2 008

Suprihantosa Sugiarto, S.EI, M.H  
NIP.19911228 201903 1 003

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 2022

Nomor :  
Lampir : 4 (empat) berkas  
Hal : Penyerahan Skripsi  
Kepada

Yth. Bapak Rektor Institut Agama Islam negeri (IAIN) Kediri

Di Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo

Kediri

*Assalamu 'alaikum warahmatullahiwabarakatuh*

Memenuhi permintaan Bapak Rektor untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini

Nama : Presty Rudi Dwi Rahayu

NIM : 9313.129.17

Judul : PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE SHOP DITINJAU DARI MARKETING SYARIAH (Studi Kasus Online Shope Aeshop Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 10 April 2023 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak, kami ucapkan terimakasih,

*Wa`alaikumssalam warahmatullahiwabarakatuh*

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Sulistyowati, S.HI, M.EI  
NIP. 19810930 200901 2 008

Suprihantosa Sugiarto, S.EI, M.H  
NIP.19911228 201903 1 003

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE SHOP  
DITINJAU DARI MARKETING SYARIAH  
(Studi Kasus Online Shop Aeshop Kediri)**

**PRESTY RUDI DWI RAHAYU  
9313.129.17**

Telah diujikan di depan sidang munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Kediri pada tanggal 10 April 2022

Tim Penguji,

1. Penguji Utama  
Dr. Yuliani, M.M  
NIP 19840710 201903 2 009

(.....)

2. Penguji I  
Dr. Sulistyowati, S.HI, M.EI  
NIP. 19810930 200901 2 008

(.....)

3. Penguji II  
Suprihantosa Sugiarto, S.EI, M.H  
NIP.199112282019031003

(.....)

Kediri, 10 April 2023  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

(Dr. H. Imam Annas Mushlikhin, M.HI)  
NIP. 19750101 199803 1 002

## MOTTO

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا  
فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

“Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahuinya.”

(QS. Al-Baqarah: 188)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penih syukur saya ucapkan kepada Allah SWT, atas segala Rahmat dan kehendak-Nya skripsi ini terselesaikan. Tak lupa shalawat serta salam kepada Rasulullah SAW yang nantinya diharapkan syfaatnya dihari kiamat. Skripsi ini sata persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Rudyanto dan Ibu Sumariyam yang serta saudara dan seluruh keluarga besar saya yang selalu memberikan doa dan juga dukungan yang luar biasa kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing, Dr. Sulistyowati, SHI, MEI dan Bapak Suprihantosa Sugiarto, S.EI, M.H. Dengan sabar membimbing dan memberikan masukan kepada saya.
3. Untuk sahabat-sahabat saya Winona, Ulfia, Dewi Umaysoh, Tiara, Hesty, Linda, Mbak Catur, dan Lulu'in yang selalu mendengarkan keluh kesah dalam mengerjakan skripsi dan juga selalu memberikan support kepada saya.
4. Moh. Ataniza Izfa' Lukman Khakim, S.Sos, yang telah menemani dan mendukung saya selama proses mengerjakan skripsi.
5. Seluruh teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang telah berkenan menjadi teman dalam mengarungi dunia perkuliahan ini.

## ABSTRAK

Presty Rudi Dwi Rahayu, 2022. *Peran Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Penjualan Online Shop Ditinjau Dari Marketing Syariah (Studi Kasus Online Shop Aeshop Kediri)*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, Pembimbing (1) Sulistyowati, SHI, MEI dan (2) Suprihantosa Sugiarto, SEI, MH.

**Kata Kunci:** Media Sosial *Tiktok*, Peningkatan Penjualan, *Marketing* Syariah

Media sosial menjadi alat dan saluran untuk komunikasi perusahaan. Dimana informasi tentang barang dan jasa dapat didistribusikan kepada masyarakat umum. Sudah banyak para pelaku usaha yang menggunakan media sosial dalam memasarkan produk yang mereka jual. Salah satunya yaitu media sosial *Tiktok*. *Tiktok* merupakan aplikasi dengan sejumlah fitur unik dan menarik yang memungkinkan pengguna untuk sekadar membuat video pendek menghibur yang dapat menarik perhatian banyak orang. Media sosial *Tiktok* yang sedang diminati oleh banyak orang membuat para pelaku usaha memasarkan dan juga mempromosikan produk usahanya. Dampak positif bagi para pelaku usaha yaitu adanya peningkatan penjualan yang terjadi. Namun disisi lain dalam memasarkan produk serta mempromosikannya melalui media sosial *Tiktok* bila dilihat dari marketing Syariah apakah pelaku usaha sudah sesuai dan tidak keluar dari syariat Islam yang dapat merugikan konsumen. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1. Bagaimana peran media sosial *Tiktok* dalam meningkatkan penjualan *online shop* pada Aeshop Kediri? 2. Bagaimana peran media sosial *Tiktok* dalam meningkatkan penjualan ditinjau dari marketing syariah pada Aeshop Kediri?

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dan metode yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah *owner* Aeshop Kediri dan karyawan. Kemudian, dalam proses menganalisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk memeriksa keabsahan data menggunakan teknik perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dan triangulasi data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan (1) Peran media sosial pada Aeshop Kediri di dalam pemasaran sangat dimaksimalkan untuk meningkatkan penjualannya. Peran media sosial dalam penjualan yang dilakukan Aeshop adalah peran media sosial sebagai *branding* dengan menggunakan fitur *hashtag* dan *caption* pada setiap postingan sekaligus sebagai *marketing* produk skincare yang Aeshop miliki. Dalam menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen Aeshop menggunakan *direct message* dan kolom komentar, serta penggunaan fitur bagi link oleh para konsumen yang membuat konten Aeshop viral (2) Tinjauan marketing syariah yang terdapat pada pemasaran melalui media sosial *Tiktok* yang dilakukan oleh Aeshop Kediri sesuai dengan kriteria dari marketing syariah yang mana di dalamnya selalu berhati-hati dalam membuat konten agar konsumen tidak merasa rugi, mengedepankan kejujuran disetiap postingan dan juga keadilan, bersikap profesional dan tidak berlebihan di dalam membuat konten, tidak membedakan setiap konsumen.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Alhamdulillah* penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE SHOP DITINJAU DARI MARKETING SYARIAH” dengan baik. Sholawat serta salam tidak lupa kita haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk ke jalan yang benar yakni *Ad Diinul Islam Wal Iman*.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, motivasi, bantuan serta doa kepada semua pihak yang terlibat dalam penulis skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terimakasih secara khusus kepada:

1. Dr. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor IAIN Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Muslihin, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri beserta staf
3. Dr. Sulistyowati, SHI, MEI dan Bapak Suprihantosa Sugiarto, S.EI, M.H selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan dan dorongan sehingga penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan.
4. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri
5. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Rudyanto dan Ibu Sumariya yang selalu memberikan doa dan dukungan.



6. Ibu Syafa selaku *owner* dari Aeshop Kediri dan juga karyawan yang sudah bersedia membantu kelancaran penelitian ini.
7. Seluruh teman-teman yang ada di IAIN Kediri dan berbagai pihak yang tidak dapat saya sampaikan.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga segala bentuk bantuan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dapat menjadi amal baik dan nantinya akan mendapatkan imbalan dari Allah SWT. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan demi pengembangan ilmu pengetahuan.

Kediri, 12 Desember 2022

Penulis

Presty Rudi Dwi Rahayu

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS .....	iii
NOTA PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	14
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	19
A. Media Sosial.....	19
1. Pengertian Media Sosial.....	19
2. Manfaat Media Sosial.....	20
3. Jenis-jenis Media Sosial .....	20
4. Kelebihan Sosial Media Sosial.....	22
5. Kekurangan Sosial Media.....	23
6. Peran Media Sosial.....	23
7. Sosial Media Sebagai Media Pemasaran ( <i>Social Media Marketing</i> ) .....	26
8. <i>Tiktok</i> .....	26
B. Penjualan.....	28
1. Pengertian Penjualan .....	28
2. Volume Penjualan .....	29
C. Pemasaran Syariah ( <i>Marketing Syariah</i> ) .....	33
1. Pengertian Marketing Syariah .....	33
2. Konsep <i>Marketing Syariah</i> .....	34
3. Karakteristik Marketing Syariah .....	35

BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Data dan Sumber Data .....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	42
E. Pengecekan Keabsahan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	43
G. Tahap-tahap Penelitian.....	44
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN .....	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
B. Paparan Data .....	61
C. Temuan Penelitian.....	74
BAB V PEMBAHASAN .....	76
A. Peran Media Sosial <i>Tiktok</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Online Shop Pada Aeshop Kediri.....	76
B. Peran Media Sosial <i>Tiktok</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Marketing Syariah Pada Aeshop Kediri.....	83
BAB VI PENUTUP .....	91
A. Kesimpulan .....	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	93

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 : Profil Aeshop Kediri .....	50
Gambar 4.2 : Beberapa Produk Pada Aeshop Kediri.....	51
Gambar 4.3 : Promo Potongan Harga .....	52
Gambar 4.4 : Beranda Tiktok Aeshop Kediri .....	64

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	4
Tabel 1.2 : Perbandingan Keaktifan Toko Skincare di Kediri .....	7
Tabel 1.3 : Data Perkembangan Omzet Penjualan Aeshop Kediri Tahun 2019- 2022.....	10
Tabel 4.1 : Daftar Harga Produk Aeshop Kediri.....	55
Tabel 4.2 : Data Penjualan Aeshop Kediri Tahun 2019 .....	66
Tabel 4.3 : Data Penjualan Aeshop Kediri Tahun 2020 .....	67
Tabel 4.4 : Data Penjualan Aeshop Kediri Tahun 2021 .....	67
Tabel 4.4 : Data Penjualan Aeshop Kediri Tahun 2022 .....	68

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1.1 : Data Penggunaan Tiktok Aeshop Kediri Per 2021-2022 .....	11
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara .....	96
Lampiran 2: Surat Izin Riset/Penelitian .....	98
Lampiran 3: Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	99
Lampiran 4: Daftar Konsultasi Skripsi .....	100
Lampiran 5: Foto Dokumentasi .....	102
Lampiran 6: Daftar Riwayat Hidup.....	105