

**STRATEGI PEMASARAN BISNIS AYAM GEPREK YANG
MEMANFAATKAN INFLUENCER MELALUI MEDIA SOSIAL**

(Studi Kasus Ayam Geprek Bosku Cabang Anduonohu)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

INDAH PURNAMA SARI
NIM. 19050101050

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

KENDARI

2023



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga - Kota Kendari

Telp/Fax (0401) 3193710

E-mail: iainkendari@yahoo.co.id website: <http://iainkendari.ac.id>

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Bisnis Ayam Geprek Yang Memanfaatkan *Influencer* Melalui Media Sosial (Studi Kasus Ayam Geprek Bossku Cabang Anduonohu)” Atas nama Indah Purnama Sari Nim. 19050101050, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam (EI) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah dikonsultasikan dan disetujui oleh pembimbing dengan perbaikan dan selanjutnya dapat melaksanakan ujian Skripsi. Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya.

Kendari, 7 Maret 2023

Dosen Pembimbing I

Alfian Toar SP, MM

NIP.197003212000031001

Dosen Pembimbing II

Nurjannah S, Kom, M.Pd,

NIP.197608062005012006



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara
Telp/Fax (0401) 3193710/ 3193710
email : iainkendari@yahoo.co.id website : http://iainkendari.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI


Skripsi dengan Judul "STRATEGI PEMASARAN BISNIS AYAM GEPREK YANG MEMANFAATKAN INFLUENCER MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi kasus Ayam Geprek Bossku Cabang Anduonohu)" yang ditulis oleh INDAH PURNAMA SARI NIM 19050101050 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam Skripsi yang diselenggarakan pada hari Rabu tanggal 24 Mei 2023 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (SE)

Dewan Penguji Skripsi

Ketua : Alfian Toar SP, MM,

()

Sekretaris : Nurjannah S. Kom, M.Pd,

()

Anggota1 : Dra. Beti Mulu M. Pd.I

()

Anggota2 : Muhammad Imran SE, M.Ak

()



Kendari, 05 Juni 2023
A. Dekan,


Dr. H. Rusdin Muhalling M. Ed
NIP. 196310292000031001

Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :

"Menjadi Program Studi Terdepan dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah Yang Transdisipliner"


PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi ini yang berjudul “Strategi Pemasaran Bisnis Ayam Geprek Yang Memanfaatkan Influencer Melalui Media Sosial (Studi Kasus Ayam Geprek Bossku Cabang Anduonohu)” di bawah bimbingan Bapak Alfian Toar, SP, MM dan Ibu Nurjannah, S.Kom, M.Pd, telah diperoleh dan disajikan sesuai dengan peraturan akademik dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang telah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Semua sumber rujukan yang digunakan dalam skripsi ini telah disebutkan di dalam daftar pustaka. Dengan penuh kesadaran saya menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya saya sendiri. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat dan atau dibuatkan oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Kendari, 5 Mei 2023

Penulis Skripsi




Indah Purnama Sari
19050101050

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Institut Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Purnama Sari
Nim : 19050101050
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Kendari **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*non exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

“Strategi Pemasaran Bisnis Ayam Geprek Yang Memanfaatkan Influencer Melalui Media Sosial (Studi Kasus Ayam Geprek Bossku Cabang Anduonohu)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Kendari, 5 Mei 2023

Yang menyatakan,



Indah Purnama Sari

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahillobbilalamin, wassalatu wassalamu ala asrofil ambiya iwal mursalin. Sayyidina wa maulana Muhammadin. Wa ala alihi wa shohbihi ajma'in amma ba'du.

Alhamdulillah, puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah swt., yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah dan Inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw., yang telah membawa Islam sebagai Ramahtanlil'alamin. Beserta keluarga-Nya, para sahabat-Nya, para Tabiin-tabiati-Nya dan semoga sampai kepada kita semua selaku umat-Nya mendapatkan syafaat-nya, Amin.

Kebahagiaan yang tak ternilai bagi penulis secara pribadi adalah dapat mempersembahkan yang terbaik kepada kedua orang tua yang tercinta Ayahanda Wiyatmo dan Ibunda Rositi yang telah membantu baik moril maupun materil dengan iringan do'anya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, dan pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Ibu Prof.Dr.Faizah Binti Awad, M,Pd selaku Rektor IAIN Kendari yang telah memberikan sarana dan fasilitas serta kebijakan yang mendukung penyelesaian studi ini.

2. Kepada Bapak Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Kendari yang telah memberikan dukungan
3. Kepada Bapak Abdul Wahid Mungkiti S. Si., M.SI selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Kendari yang senantiasa memberikan motivasi, nasehat dan saran kepada penulis.
4. Kepada Bapak Alfian Toar, SP, MM dan Ibu Nurjannah, S.Kom, M.Pd, selaku pembimbing I dan pembimbing II yang sabar dan tak pernah lelah dalam memberikan bimbingan serta dukungan dalam menyusun Skripsi ini.
5. Kepada Ibu Dra.Beti Mulu M.Pd.i selaku penguji 1 dan Bapak Muhammad Imran S.E., M.Ak selaku penguji 2 penulis yang telah menyempatkan waktunya untuk hadir dan memberikan ujian kepada penulis.
6. Kepada Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dari semester awal sampai semester akhir dalam studi ini.
7. Kepada seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah melayani setiap keperluan penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
8. Kepada kepala perpustakaan IAIN Kendari yang telah menyediakan fasilitas studi perpustakaan.
9. Kepada Owner, Admin dan pelanggan Ayam Geprek Bosku Cabang Anduonohu yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan bersedia untuk menjadi responden.

10. Kepada sahabat-sahabatku Riska Uswatun Hasanah, Frensi Wulan Sari, Andi Riska, Ridwan dan teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2019 yang tidak sempat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian tugas ini.

11. Dan kepada semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir ini.

Semoga semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini mendapatkan balasan dari Allah swt. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik maupun saran demi kesempurnaan Skripsi ini dan semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun orang-orang yang membacanya, Amin.

Kendari, 5 Mei 2023
Penulis,



Indah Purnama Sari
NIM. 19050101050

ABSTRAK

Indah Purnama Sari (2023) NIM 19050101050. Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam (IAIN) Kendari, Strategi Pemasaran Bisnis Ayam Geprek Yang Memanfaatkan *Influencer* Melalui Media Sosial (Studi Kasus Ayam Geprek Bossku Cabang Anduonohu). Dibimbing oleh pembimbing I Alfian Toar, SP, MM dan pembimbing II Nurjannah, S.Kom, M.Pd,

Penelitian ini dilatar belakangi oleh sebuah masalah yaitu dari penggunaan *Influencer* apakah berperan dalam penjualan dan faktor-faktor apa saja penghambat dan pendukung dalam penjualan produk, hal ini menjadi salah satu faktor mengapa pemasaran sangatlah penting dalam menjalankan suatu usaha.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *Influencer* dalam penjualan Ayam Geprek Bossku di Sosial Media dan faktor-faktor apa saja penghambat dan pendukung dalam penjualan Ayam Geprek Bossku.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan studi dokumen. Analisis data melalui proses reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan serta teknik pengecekan keabsahan data melalui triangulasi sumber, teknik dan waktu.

Berdasarkan hasil yang didapatkan dengan menggunakan analisis kualitatif, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa dari penggunaan *Influencer* yang mempromosikan melalui media sosial sangat berpengaruh untuk meningkatkan pembelian produk Ayam Geprek Bossku. Hal ini dinilai efektif karena banyak masyarakat yang menggunakan gadget dan 24 jam non-stop yang bermain sosial media. Dan dari hasil penelitian ini bahwa faktor penghambat dan pendukung dalam penjualan Ayam Geprek Bossku yaitu, pertama faktor penghambat yang dirasakan adalah banyaknya pesaing di media sosial atau bisnis yang serupa, tingginya bahan baku produksi dan sedikitnya followers yang tidak memberikan like, dalam setiap unggahan atau postingan di akun Instagram @ayamgeprekbosku.id, kedua faktor pendukung yang dirasakan adalah peran *Influencer* yang dapat meningkatkan penjualan, harga yang terjangkau, bahan baku yang digunakan merupakan bahan baku yang fresh dan orientasi pelayanan kepada konsumen.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Influencer*, Media Sosial

ABSTRACT

Indah Purnama Sari (2023) NIM 19050101050. Kendari Islamic Institute (IAIN) Islamic Economics Study Program, Marketing Strategy for the Geprek Chicken Business That Utilizes Influencers Through Social Media (Case Study of Bossku's Ayam Geprek Anduonohu Branch). Supervised by supervisor I Alfian Toar, SP, MM and supervisor II Nurjannah, S.Kom, M.Pd,

This research is motivated by a problem, namely from the use of Influencers whether they play a role in sales and what factors are inhibiting and supporting in product sales, this is one of the factors why marketing is very important in running a business.

The purpose of this study was to determine the role of influencers in selling Bossku's Geprek Chicken on Social Media and what are the inhibiting and supporting factors in selling Bossku's Geprek Chicken.

This research is a qualitative research with a descriptive approach. Data collection techniques were carried out by observation, interviews and document studies. Data analysis through the process of reduction, data presentation and drawing conclusions as well as techniques to check the validity of the data through triangulation of sources, techniques and time.

Based on the results obtained using qualitative analysis, it can be concluded in this study that the use of influencers who promote through social media is very influential in increasing purchases of Ayam Geprek Bossku products. This is considered effective because many people use gadgets and play social media 24 hours non-stop. And from the results of this study that the inhibiting and supporting factors in the sale of Bossku's Geprek Chicken, namely, first the inhibiting factors that are felt are the many competitors on social media or similar businesses, the high production raw materials and the few followers who don't give likes, in every upload or post on the Instagram account @ayamgeprekbosku.id, the two supporting factors that are felt are the role of Influencers who can increase sales, affordable prices, raw materials used are fresh raw materials and service orientation to consumers.

Keywords: *Marketing Strategy, Influencers, Social Media*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Definisi Operasional	10
1.7 Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II TINJUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	13
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 Teori Pemasaran.....	22
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	22
2.2.1.2 Strategi Pemasaran.....	25
2.2.1.3 Pemasaran Melalui <i>Influencer</i> Media Sosial	29

2.2.2 Teori Promosi.....	33
2.2.2.1 Pengertian Promosi	33
2.2.2.2 Tujuan Promosi.....	34
2.2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....	35
2.2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
3.3 Data dan Sumber Data	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Deskripsi Wilayah Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Singkat Ayam Geprek Bossku.....	46
4.1.2 Visi dan Misi Bisnis Ayam Geprek Bossku	52
4.1.3 Profil Akun Instagram Bisnis Ayam Geprek Bossku	53
4.1.4 Struktur Organisasi Bisnis Ayam Geprek Bossku.....	53
4.1.5 Aspek Tenaga Kerja Ayam Geprek Bossku	56
4.1.6 Faktor-Faktor Pematik Konsumen Dalam Bisnis Ayam Geprek	57
4.2 Hasil Penelitian.....	59
4.2.1 Peran Influencer Dalam Penjualan Ayam Geprek Bossku di Media Sosial.....	59
4.2.2 Faktor-Faktor Penghambat Dan Pendukung Dalam Penjualan Ayam Geprek Bossku.....	78
4.3 Pembahasan	81
4.3.1 Peran Influencer Dalam Penjualan Ayam Geprek Bossku di Media Sosial.....	81
4.3.2 Faktor-Faktor Penghambat Dan Pendukung Dalam Penjualan Ayam Geprek Bossku.....	84
BAB V PENUTUP.....	88

5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Struktur Data Penghasilan di Bulan Oktober Tahun 2022.....	7
Tabel 2. Kerangka Pikir	37
Tabel 3. Struktur Organisasi Bisnis Ayam Geprek Bossku	54
Tabel 4. Data Karyawan Pada Bisnis Ayam Geprek Bossku.....	56
Tabel 5. Diagram pendapatan AGB sebelum dan setelah penggunaan <i>Influencer</i> , terkhusus di outlet Anduonohu pada tahun 2022.....	60
Tabel 6. Jumlah Data Pembelian Produk Ayam Geprek Bossku Dalam 1 Bulan Terakhir (Bulan Febuari 2023)	61
Tabel 7. Struktur Data Pendapatan Dalam 1 Bulan Terakhir.....	61
Tabel 8. Jenis Produk dan Harga Produk Ayam Geprek Bossku.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penampilan Produk Ayam Geprek Bossku	47
Gambar 2. Akun Ayam Geprek Bosku.....	53
Gambar 3. Aplikasi Pesan Antar Maxim Food dan GrabFood	64
Gambar 4. Akun <i>Influencer</i> Selegram Steven Stenlyy	66
Gambar 5. Strategi Produk.....	68
Gambar 6. Menu Ayam Geprek Bosku Beserta Harganya.....	72
Gambar 7. Lokasi Ayam Geprek Bosku.....	75