

**PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP  
PENJUALAN PRODUK TELUR BEBEK PADA HILMI  
JAYA FARM KABUPATEN NGAWI  
MENGUNAKAN METODE AIDA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**MISBAHUL FAISAL HILMI**

**NIM. 2205102011**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PGRI MADIUN  
2026**

**PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP  
PENJUALAN PRODUK TELUR BEBEK PADA HILMI  
JAYA FARM KABUPATEN NGAWI  
MENGUNAKAN METODE AIDA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah Satu  
Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1  
Sistem Informasi

**Oleh :**

**MISBAHUL FAISAL HILMI**

**NIM. 2205102011**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PGRI MADIUN  
2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Proposal oleh Misbahul Faisal Hilmi telah diperiksa dan disetujui untuk  
diseminarkan

Madiun, 6 Juli 2026

Pembimbing I,



*Noordin Asnawi, S.Kom., M.Kom*

NIDN. 0721029102

Madiun, 6 Juli 2026

Pembimbing II,



*Rldho Pamungkas, S.Kom., M.Kom*

NIDN. 0702068803

### PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

Skripsi oleh Misbahul Faisal Hilmi telah dipertahankan di depan dosen penguji pada hari Kamis tanggal 16 Juli 2026.

Tim Penguji



Noordin Asnawi, S.Kom., M.Kom  
NIDN. 0721029102

Penguji I



Mei Lenawati, S.Kom., M.Kom  
NIDN. 0705058109

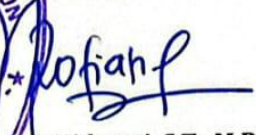
Penguji II



Hani Atun Mumtahana, S.Kom., M.Kom  
NIDN. 0729018503

Penguji III

Mengetahui,  
Dekan FT



Nasrul Rofiah Hidayati, S.T., M.Pd.  
NIDN/NIK : 0706108202

Menyetujui  
Keprosi Sistem Informasi



Radho Pamungkas, S.Kom., M.Kom  
NIDN/NIK : 0702068803

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Misbahul Faisal Hilmi

NIM : 2205102011

Program Studi : Sistem Informasi

Fakultas : Teknik

'Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan Produk Telur Bebek pada Hilmi Jaya Farm Kabupaten Ngawi Menggunakan Metode AIDA”

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atau karya orang lain. Seluruh sumber yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini telah dicantumkan sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas PGRI Madiun.

Madiun, Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Misbahul Faisal Hilmi

NIM. 2205102011

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tidak ternilai dalam setiap langkah kehidupan saya.
2. Keluarga besar yang senantiasa memberikan motivasi, semangat, dan dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta ilmu yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Sahabat dan teman-teman Program Studi Sistem Informasi yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama masa perkuliahan.
5. Hilmi Jaya Farm yang telah memberikan kesempatan dan dukungan sebagai objek penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Almamater Universitas PGRI Madiun yang telah menjadi tempat menimba ilmu dan mengembangkan kemampuan akademik maupun nonakademik.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung penyelesaian skripsi ini.

## **HALAMAN MOTTO**

“Sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah: 6)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(QS. Al-Baqarah: 286)

"Jangan takut berjalan lambat, takutlah hanya jika berhenti melangkah."

"Kesuksesan bukan tentang seberapa cepat mencapai tujuan, tetapi tentang konsistensi dalam berusaha dan tidak menyerah."

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan Produk Telur Bebek pada Hilmi Jaya Farm Kabupaten Ngawi Menggunakan Metode AIDA”. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya.  
Kedua orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, serta semangat kepada penulis.
2. Rektor Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas PGRI Madiun.
3. Bapak Noordin Asnawi, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan arahan, bimbingan, motivasi, serta saran selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Ridho Pamungkas, S.Kom., M.Kom. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan dukungan dan arahan selama penulis menempuh pendidikan.
5. Seluruh dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta bimbingan selama masa perkuliahan.
6. Pihak Hilmi Jaya Farm yang telah memberikan izin, kesempatan, serta data yang diperlukan kepada penulis dalam pelaksanaan penelitian.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini.



## DAFTAR ISI

|                                               |      |
|-----------------------------------------------|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....     | iv   |
| PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....                 | v    |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH SKRIPSI..... | vi   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                     | vii  |
| HALAMAN MOTTO .....                           | viii |
| KATA PENGANTAR.....                           | ix   |
| DAFTAR ISI .....                              | x    |
| DAFTAR TABEL .....                            | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....                           | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                         | xv   |
| ABSTRAK .....                                 | xvi  |
| ABSTRACT .....                                | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                       | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah .....               | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                      | 7    |
| C. Batasan Masalah.....                       | 8    |
| D. Tujuan Penelitian.....                     | 9    |
| E. Manfaat Penelitian.....                    | 10   |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....                   | 13   |
| A. Tinjauan Pustaka .....                     | 13   |
| B. Landasan Teori .....                       | 16   |
| 1. Digital Marketing .....                    | 16   |
| 2. Media Sosial dalam Digital Marketing.....  | 17   |

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| 3. Peningkatan Penjualan.....                                        | 17 |
| 4. Marketplace sebagai media penjualan .....                         | 19 |
| 5. Model AIDA( <i>Attention, Interest, Desire, Action</i> ) .....    | 20 |
| 6. Hubungan Digital Marketing dengan Minat Beli .....                | 21 |
| 7. Peran Website dalam Digital Marketing .....                       | 23 |
| 8. Konten Marketing.....                                             | 24 |
| C. KEASLIAN PENELITIAN.....                                          | 25 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....                                  | 33 |
| A. Jenis Penelitian .....                                            | 33 |
| B. Populasi dan Sampel .....                                         | 31 |
| C. Jenis dan Sumber Data .....                                       | 32 |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....                                     | 33 |
| E. Variabel Penelitian .....                                         | 33 |
| F. Alur Penelitian.....                                              | 34 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....                                     | 43 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....                               | 43 |
| 1. Profil Hilmi Jaya Farm .....                                      | 43 |
| 2. Sistem Pemasaran Hilmi Jaya Farm .....                            | 44 |
| 3. Penerapan Digital Marketing pada Hilmi Jaya Farm .....            | 45 |
| 4. Website dan Marketplace sebagai Pendukung Pemasaran Digital ..... | 45 |
| 5. Sistem Pemasaran Sebelum Digital Marketing .....                  | 46 |
| B. Implementasi digital marketing .....                              | 48 |
| C. Grafis Penjualan .....                                            | 60 |
| D. Hasil Penerapan AIDA .....                                        | 63 |
| E. Rekomendasi Media Sosial/ Marketplace .....                       | 69 |

|                     |    |
|---------------------|----|
| BAB V PENUTUP ..... | 62 |
| A. Kesimpulan.....  | 62 |
| B. Saran.....       | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 65 |
| LAMPIRAN .....      | 69 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2 Waktu Penelitian .....                                                                   | 38 |
| Tabel 3 1 Tabel Pembanding.....                                                                  | 25 |
| . Tabel 3 2 Perbandingan Kondisi Penjualan Sebelum dan Sesudah Penerapan Digital Marketing ..... | 36 |
| Tabel 3 3 Before & After viewers .....                                                           | 70 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 Alur Model Diagram (EKRUD) .....      | 21 |
| Gambar 2 Alur Penelitian .....                 | 37 |
| Gambar 3 Tiktok Hilmi Jaya Farm.....           | 48 |
| Gambar 4 Account Facebook .....                | 51 |
| Gambar 5 Testimoni Customer .....              | 52 |
| Gambar 6 Beberapa Grup Komunitas .....         | 53 |
| Gambar 7 Marketplace pada Facebook .....       | 55 |
| Gambar 8 Marketplace Shopee .....              | 58 |
| Gambar 9 Penjualan Bulan Mei .....             | 60 |
| Gambar 10 Penjualan Bulan Juni .....           | 61 |
| Gambar 11 Penjualan Bulan Juli .....           | 62 |
| Gambar 12 Postingan pada Facebook .....        | 64 |
| Gambar 13 Postingan pada Tiktok .....          | 65 |
| Gambar 14 Ketertarikan Pembeli .....           | 66 |
| Gambar 15 Ketertarikan Customer .....          | 67 |
| Gambar 16 Chat Customer Pembeli .....          | 68 |
| Gambar 17 Viewers Before .....                 | 70 |
| Gambar 18 Viewers After .....                  | 70 |
| Gambar 19 Tampilan halaman pada facebook ..... | 72 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Google Maps Hilmi Jaya Farm .....          | 69 |
| Lampiran 2 Ulasan pada Google Maps .....              | 69 |
| Lampiran 3 NIB Perusahaan Peternakan.....             | 70 |
| Lampiran 4 Foto Peternakan Bebek Hilmi Jaya Farm..... | 71 |
| Lampiran 5 Produk Telur Hilmi Jaya Farm .....         | 71 |
| Lampiran 6 Company Profile hilmijayafarm.biz.id ..... | 72 |
| Lampiran 7 Tabel Penjualan Bulan Mei.....             | 72 |
| Lampiran 8 Data Penjualan Bulan Juni .....            | 73 |
| Lampiran 9 Data Turnitin .....                        | 74 |