

**PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH
(Studi Kasus Pada Home Decore Prima Shabby Craft Kota Blitar)**

Tesis

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar

Magister

Dalam Program Studi Ekonomi Islam



Oleh

CHOIRUN NISAK

NIM: 92500819005

PASCASARJANA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2023

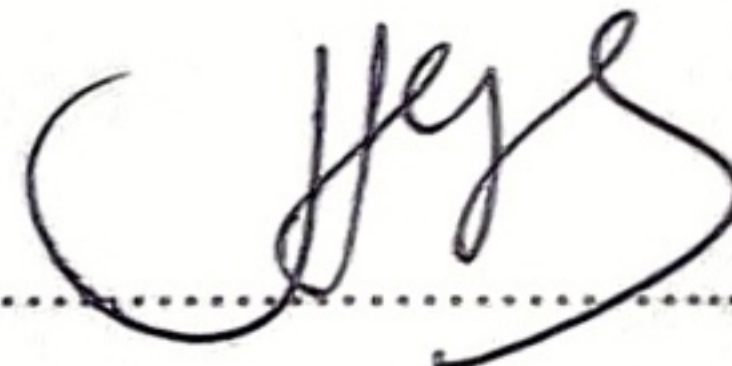
PERSETUJUAN

Tesis ini dengan judul “Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus Pada Home Decore Prima Shabby Craft Kota Blitar)” oleh Choirun nisak telah disetujui untuk diajukan pada ujian tesis Program Pascasarjana IAIN Kediri.

Dosen Pembimbing

1. Dr. H. Jamaludin Achmad Kholik, Lc., M.A
NIP. 19750913 200801 1 014

1.



2. Dr. Andriani, M.M
NIP. 19730113 200312 2 001

2.



Kediri, 23 Juni 2023

PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

Tesis dengan judul Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus Pada Home Decore Prima Shabby Craft Kota Blitar) ini telah di uji dan telah diperbaiki sebagaimana mestinya dapat disahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister dalam program studi Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Kediri pada tanggal 20 November 2023

Tim penguji:

1. Dr. Muhamad Yasin, S.Ag, M.Pd (Ketua Sidang)
2. Dr. H. Ahmad Syakur, M,El. (Penguji Utama)
3. Dr. Jamaludin Achmad Kholik, Lc. MA (Penguji 1)
4. Dr. Andriani, M.M (Penguji 2)

Kediri, 20 November 2023

Mengetahui

Direktur, Pascasarjana IAIN Kediri



Dr. H. Moh. Asror Yusuf, M.Ag)

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Choirun Nisak

NIM : 92500819005

Program Studi :Ekonomi Syariah

Judul Penelitian : Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus Pada Home Decore Prima Shabby Craft Kota Blitar)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian say aini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar rujukan.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk di proses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Kediri, 20 November 2023

Hormat saya,



(Choirun Nisak)

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

*Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka
merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri*

Q.S Ar-Rad (13: 11)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, tidak terasa tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Hingga tiada henti ku panjatkan syukur pada-Mu atas segala nikmat yang telah Engkau berikan.

Shalawat dan salam semoga senantiasa meliputi kekasih-Mu Nabi Muhammad SAW. Terimakasih ku persembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Kedua orang tua ku , Bapak Sudjak dan Ibu Daryanti dan Mertua saya Abah Imam muslim dan Ibu Uswatun Hasanah yang telah mencurahkan seluruh kasih sayangnnya dan tak henti-hentinya selalu mendoakan kebaikan untuk ku memberikan segala dukungan baik untuk terus belajar, nasehat untuk senantiasa memperbaiki diri dan cinta kasih tiada terhingga yang tidak mungkin dapat ku balas atas segala jasanya.
2. Suamiku M. Afif Al Husnayaini dan putriku tersayang 'Afa Adhwa Syarifah yang selalu memberikan doa dukungan serta bimbingan dalam proses menyelesaikan tugas akhir/ tesis.
3. Dosen Pembimbing Bapak Dr. Jamaludin Achmad Kholik, Lc.MA dan Ibu Dr. Andriani, M.M yang telah membimbing dalam proses penyelesaian Tesis.
4. Teman Seperjuangan kelas Magister Ekonomi Syariah yang telah menemani dan memberikan motivasi dalam proses Tolabul Ilmi. Tiada kata yang bisa mewakili rasa terimakasihku kepada bapak dan teman-teman seperjuangan.

Ya Allah kuhaturkan ucapan syukur kepada-Mu yang telah memberikan orang-orang yang mencintaiku. Dengan sebening cinta dan sesuci doa semoga rahmat dan hidayah-Mu tercurahkan untuk mereka.

ABSTRAK

CHOIRUN NISAK, Dosen Pembimbing I Dr. Jamaludin A. Khalik, LC, MA Dan Pembimbing II Dr. Andriani, M.M. Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Persepektif Marketing Syariah (Studi Kasus Pada Home Décor Prima Shabby Craft Kota Blitar), Tesis, Ekonomi Syari'ah, Program Pascasarjana, IAIN Kediri, 2023.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Meningkatkan Penjualan, Marketing Syariah.*

Digital marketing merupakan salah satu media yang saat ini sedang diminati oleh masyarakat sebagai pendukung dalam kegiatan sehari-hari. Secara perlahan banyak masyarakat mulai meninggalkan marketing konvensional dan beralih ke *digital marketing*. Dalam mengembangkan suatu bisnis diperlukannya peran *digital marketing* dalam pemasaran yang profesional dan bagus sehingga bisa meningkatkan penjualan suatu perusahaan. Namun tidak hanya itu saja melihat sudah banyak pemasaran online yang juga melakukan suatu penipuan olehnya digital marketing juga harus memenuhi suatu etika bisnis sehingga sesuai dengan unsur-unsur syariah. Fokus penelitian ini adalah: 1. Bagaimana praktek digital marketing di Prima Shabby Craft? 2. Bagaimana peran digital marketing dalam meningkatkan penjualan di Prima Shabby Craft? 3. Bagaimana peran *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan di Prima Shabby Craft ditinjau dari marketing syariah

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan penelitian studi kasus. Sumber data berupa data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Prima Shabby Craft dalam memasarkan produknya adalah membuat konten secara rutin setiap bulannya, menjalin kolaborasi dengan konten kreator atau *influencer* untuk sosial media mereka dan melakukan inovasi produk. Penerapan strategi *digital marketing* tersebut digunakan PSC dalam memasarkan produknya ke berbagai akun *marketplace* seperti Lazada, TiktokShop, Shopee dan Tokopedia serta akun sosial media berupa Instagram aktif. Peningkatan penjualan Prima Shabby Craft terlihat setiap tahunnya dari yang hanya 10,24% tahun 2018 menjadi 23,08% pada tahun 2022. Tercapainya peningkatan penjualan Prima Shabby Craft dilakukan dengan menerapkan berbagai aspek dalam bauran pemasaran melalui 4P secara optimal. Prima Shabby Craft juga diterapkan berdasarkan prinsip syariah tidak terlepas dari ajaran Allah SWT yang menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnisnya seperti halnya karakteristik yang terdapat dalam *digital marketing* Syariah yaitu dari segi theisitis, etis, humanistis dan realistis.

ABSTRACT

CHOIRUN NISAK, Advisor I Dr. Jamaludin A. Khalik, LC, MA and Advisor II Dr. Andriani, M.M. The Role of Digital Marketing in Increasing Sales Perspective of Sharia Marketing (Case Study on Home Décor Prima Shabby Craft Blitar City), Tesis, Sharia Economics. Postgraduate, IAIN Kediri, 2023.

Keywords: *Digital Marketing, Increasing Sales, Sharia Marketing.*

Digital marketing is one of the media that is currently in demand by the community as a support in their daily activities. Gradually many people are starting to leave conventional marketing and switch to digital marketing. In developing a business, the role of digital marketing is needed in professional and good marketing so that it can increase a company's sales. But not only that, seeing that there are many online marketing companies that also commit fraud by digital marketing, they must also fulfill a business ethic so that they are in accordance with sharia elements. The focus of this research are: (1) How is digital marketing practiced at Prima Shabby Craft? (2) What is the role of digital marketing in increasing sales at Prima Shabby Craft? (3) What is the role of digital marketing to increase sales at Prima Shabby Craft in terms of sharia marketing

This study uses a qualitative research approach with case study research. Source of data in the form of primary and secondary data. Methods of data collection is done by observation, interviews, and documentation. Data analysis was carried out by means of data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The research results show that: Prima Shabby Craft in marketing its products is creating content regularly every month, collaborating with content creators or influencers for their social media and carrying out product innovation. PSC uses this digital marketing strategy to market its products to various marketplace accounts such as Lazada, TiktokShop, Shopee and Tokopedia as well as active social media accounts in the form of Instagram. The increase in sales of Prima Shabby Craft can be seen every year from only 10.24% in 2018 to 23.08% in 2022. The increase in sales of Prima Shabby Craft was achieved by implementing various aspects of the marketing mix through 4P optimally. Prima Shabby Craft is also implemented based on sharia principles which cannot be separated from the teachings of Allah SWT which applies Islamic values in its business as well as the characteristics contained in Sharia digital marketing, namely in terms of theistic, ethical, humanistic and realistic.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah swt yang telah memberikan rahmat, pertolongan kepada semua makhluknya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan penjualan perspektif marketing syariah (Studi Kasus pada Home Decore Prima Shabby Craft Kota Blitar).

Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad saw, keluarga, sahabat serta seluruh umatnya sampai akhir zaman. Semoga kelak kita semua diakui sebagai umat beliau dan mendapatkan syafaat di hari akhir.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister pada Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Kediri. Dengan terselesainya Tesis ini, peneliti mengucapkan terimakasih terhadap orang-orang yang telah membimbing dalam proses penelitian, beliau:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M. Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
2. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Asror Yusuf, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
3. Bapak Dr. Jamaludin Achmad Kholik, Lc.MA dan Ibu Dr. Andriani, MM selaku pembimbing I dan pembimbing II, yang telah banyak membantu dan juga mengarahkan saya dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Ibu Laili Prima Monica, Owner Prima Shabbhy Craft Kota Blitar yang telah memberikan izin penelitian tesis kepada peneliti.
5. Segenap Dosen Pascasarjana Ekonomi Syariah IAIN Kediri yang selalu memberikan ilmu, nasehat dan arahan dalam proses belajar peneliti.
8. Kepada teman-teman kelas perjuangan Magister Ekonomi Syariah, yang telah menemani dan berjuang dalam menuntut ilmu.

9. Kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mengarahkan dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Dengan keterbatasan pengalaman, ilmu maupun pustaka yang ditinjau, peneliti benar-benar menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih banyak kekurangan dan pengembangan lanjut agar penulisan tesis ini menjadi lebih baik dan bermanfaat dikemudian hari. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran dari para pembaca terkhusus dari para akademisi, agar kekurangan dan kelemahan dari penelitian ini dapat terungkap dan agar menjadi penelitian yang banyak menginspirasi dan memberikan pengetahuan terhadap para pembaca.

Kediri, 20 November 2023

Penulis,

Choirun Nisak

NIM: 92500819005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Penelitian Terdahulu.....	12
F. Sistematika Penelitian.....	15

BAB II KAJIAN TEORI

A. Digital Marketing.....	16
1. Pengertian Digital Marketing	16
2. Jenis – Jenis Digital Marketing.....	20
3. Manfaat dan Fungsi Digital Marketing.....	21
4. Indikator Digital Marketing	22
5. Elemen Penting dalam Digital Marketing.....	23
6. Media Sosial.....	24
7. Marketplace.....	26

B. Digital Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam	29
C. Peningkatan Penjualan	32
1. Pengertian Peningkatan Penjualan	32
2. Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Penjualan	33
3. Indikator Volume Penjualan	37
D. Marketing	37
1. Pengertian Marketing.....	37
2. Konsep Marketing.....	38
E. Marketing Syariah.	40
1. Pengertian Marketing Syariah.....	40
2. Karakteristik Marketing Syariah.....	42
3. Bauran Pemasaran pada Marketing Syariah	44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	47
B. Kehadiran Peneliti	47
C. Lokasi Penelitian	48
D. Sumber Data.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Teknik Analisis Data	51
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum	54
B. Paparan Data	57
1. Praktek Penggunaan Digital Marketing di Prima Shabby Craft.....	57
2. Peran Digital Marketing di Prima Shabby Craft Kota Blitar dalam Meningkatkan Penjualan	66
C. Temuan Peneliti.....	81

BAB V PEMBAHASAN

A. Praktek Penggunaan Digital marketing Prima Shabby Craft	83
B. Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan di Prima Shabby Craft	88
C. Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Marketing Syariah di Prima Shabby Craft	96

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	101
B. Implikasi Penelitian	102
C. Saran	103

DAFTAR PUSTAKA	105
-----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

1.1 Perbandingan Usaha Home Decore di Kota Blitar dengan 4P.....	5
1.2 platform E-Commerce Pilihan Masyarakat Tahun 2022	7
1.3 Data Penjualan Prima Shabby Craft.....	xi
4.1 Akun-akun Marketplace dan Media sisial Prima Shabby Craft.....	63
4.2 Data Penjualan Prima Shabby Craft Online dan Offline	79

DAFTAR GAMBAR

2.1 Langkah Digital Marketing	16
2.2 Skema Proses terjadinya Transaksi dalam E-marketplace	28
4.1 Struktur Organisasi Prima Shabby Craft	56
4.2 Akun Shopee Prima Shabby Craft	64
4.3 Akun Instagram Prima Shabby Craft	64
4.4 Kolom Deskripsi Produk yang Detail dari Shopee	67
4.5 Ulasan Penilaian Produk untuk Membangun Kepercayaan Konsumen	74
4.6 Contoh Voucher Toko dan Voucher Produk	76
4.7 Contoh Voucher Video dan Voucher Live	76
4.8 Tampilan Promo flash sale Shopee Prima Shabby Craft	77
4.7 Skema Praktik Digital Marketing Prima Shabby Craft	76
5.1 Contoh Voucher Video dan Voucher Live	87