

**PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN DITINJAU DARI SYARI'AH MARKETING
(Studi Kasus di PT Anugerah Kubah Indonesia Kabupaten Kediri
dan CV Seribu Kubah Kabupaten Tulung Agung)**

Tesis

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Magister dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

ACHMAD ROBITH SAIFUN NAWAN

NIM: 925.006.18.001

PASCASARJANA

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2020

PERSETUJUAN

Tesis ini telah disetujui untuk diajukan pada ujian tesis
Pascasarjana IAIN Kediri

Dosen Pembimbing

Dr. Jamaludin A. Khalik, LC, MA 1.

Dr. Zayad Abd Rahman M.HI 2.

Kediri, 30 Juni 2020

NOTA DINAS

Kediri, 30 Juni 2020

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Tesis

Kepada
Yth, Bapak Direktur Pasca Sarjana (S2) Insitut Agama Islam
Negeri (IAIN) Kediri
di
Jl. Sunan Ampel 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamu ‘alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Direktur untuk membimbing
penyusunan Tesis mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : ACHMAD ROBITH SAIFUN NAWAN
NIM : 92200316003
Judul : Peran Digital Marketing Untuk Meningkatkan
Penjualan Ditinjau Dari Syari’ah Marketing (Studi
Kasus di PT Anugerah Kubah Indonesia
Kabupaten Kediri dan CV Seribu Kubah
Kabupaten Tulung Agung)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami
berpendapat bahwa Tesis tersebut telah memenuhi syarat sebagai
kelengkapan ujian akhir Magister Ekonomi (S-2).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah Tesisnya,
dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasyah
yang telah diselenggarakan pada tanggal 30 Juni 2019, kami selaku
pembimbing menyatakan bahwa tesis tersebut telah memenuhi
syarat untuk disahkan sebagai kelengkapan dan syarat
memperoleh gelar Magister strata dua (S-2) Program Studi
Ekonomi Syari’ah.

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

Wassalamu ‘alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Jamaludin A. Khalik, LC, MA
NIP. 19750913 200801 1 014

Dr. Zayad Abd Rahman M.HI
NIP. 19731216 200501 1 002

PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

Tesis dengan judul “Peran Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Syari’ah Marketing (Studi Kasus di PT Anugerah Kubah Indonesia Kabupaten Kediri dan CV Seribu Kubah Kabupaten Tulung Agung)” ini telah diuji dan setelah diperbaiki sebagaimana mestinya dapat disahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E) pascasarjana IAIN Kediri pada tanggal2020.

Tim Penguji :

1. Ketua :
2. Penguji Utama :
3. Penguji :
4. Penguji :

Kediri,2020

Mengetahui

Direktur,

Prof. Dr. H. Nur Ahid, M.Ag.

MOTTO

أَلْحُزْنُ عَلَى فُقْدَانِ الطَّاعَةِ مَعَ عَدَمِ التُّهُؤُوسِ إِلَيْهَا مِنْ عِلَامَاتِ الْإِغْتِرَارِ

Sedih karena kehilangan kesempatan berbuat ketaatan, namun tanpa disertai upaya untuk bangkit mengerjakannya, merupakan salah satu ketertipuan.

أَلْفَافَاتُ بَسْطِ الْمَوَاهِبِ

Ragam ujian merupakan hampan anugerah

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teriring do'a dan rasa syukur yang teramat dalam, karya ini saya persembahkan kepada:

- Kedua orang tua ku, bapak Nur Khozin dan ibu Umi Ma'rifah yang telah mencurahkan seluruh kasih sayangnya dan tak henti-hentinya selalu mendoakan kebaikan untuk ku. Semoga segala upaya dan jerih payahmu mampu menjadikan ananda orang yang manfaat fiddunya wal akhirot.
- Kakak ku Faby Sela Rahmatika yang telah memberikan semangat kepada saya untuk bisa menyelesaikan studi ini dengan baik. Dan tak lupa kepada adik-adik ku tercinta Krisna dan Fani.
- Teman-temanku Pondok Pesantren Haji Ya'qub Nizar, Hanafi, Nailul, Syukron dann kamar HY 11.
- Teman-temanku Kuliah di IAIN Tanto, Suyuti, Alwi, Dian dan teman angkatan pasca sarjana ekonomi

Ya Allah ku haturkan ucapan syukur pada-Mu yang telah memberikan orang-orang yang mencintaiku. Dengan sebening cinta dan sesuci do'a semoga rahmat dan hidayah-Mu tercurahkan untuk mereka.

ABSTRAK

ACHMAD ROBITH SAIFUN NAWAN, Dosen Pembimbing I. Dr. Jamaludin A. Khalik, LC, MA. dan pembimbing II, Dr. Zayad Abd Rahman M.HI. Peran Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Syari'ah Marketing (Studi Kasus di PT Anugerah Kubah Indonesia Kabupaten Kediri dan C Seribu Kubah Kabupaten Tulung Agung), Ekonomi Syari'ah, IAIN Kediri, 2020.

Kata Kunci: Digital Marketing, Meningkatkan Penjualan, Marketing Syari'ah

Pesatnya perkembangan dunia teknologi komunikasi dan informasi telah merubah arus pemasaran bisnis menuju era digital. Sarana *digital marketing* menjadi bagian yang paling diminati dalam pemasaran zaman sekarang ini dengan berbasis online yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun. Dalam mengembangkan bisnis dibutuhkan 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 penipuanoleh karenanya *digital marketing* juga harus memenuhi suatu etika bisnis sehingga sesuai dengan unsur-unsur syaria'ah. Fokus penelitian ini adalah: (1) bagaimana praktek digital marketing di PT Angerah Kubah Indonesia dan CV Seribu Kubah ?, (2) bagaimana peran digital marketing dalam meningkatkan penjualan di PT Angerah Kubah Indonesia dan CV Seribu Kubah ?, (3) bagaimana peran digital marketing untuk peningkatan penjualan ditinjau dari marketing syariah di PT Angerah Kubah Indonesia dan CV Seribu Kubah ?.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Praktek penggunaan digital marketing antara PT Anugerah Kubah Indonesia dan CV Seribu Kubah berbeda. Jika PT Anugerah Kubah Indonesia menggunakan digital marketing sangat optimal dan efektif melalui media sosial, website, SEO dan google ads sedangkan CV Seribu Kubah kurang optimal hanya menggunakan website. (2) Peran digital marketing antara PT Anugerah Kubah Indonesia dan CV Seribu Kubah sama-sama memiliki pengaruh peningkatan penjualan karena dengan melalui digital bisa menjangkau lebih luas . Namun peranan dampak peningkatan digital marketing antara PT Anugerah Kubah Indonesia mengalami peningkatan yang lebih tinggi dibanding CV Seribu Kubah. (3) Marketing syariah yang diterapkan pada pt anugerah dan CV seribu kubah sama-sama menerapkan marketing syari'ah karena kedua perusahaan ini sama-sama ingin menggabungkan bisnis dan syari'ah.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat, taufiq serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Peran Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Syari’ah Marketing (Studi Kasus di PT Anugerah Kubah Indonesia Kabupaten Kediri dan CV Seribu Kubah Kabupaten Tulung Agung)” dengan lancar sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (ME).

Sholawat serta salam mudah-mudahan selalu terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad Saw yang telah membawa zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benerang yaitu agama Islam.

Dengan terselesaikan penulisan skripsi yang sederhana ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang sudah membantu. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuannya mustahil akan terselesaikannya skripsi ini. Untuk itu, penulis sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, MM selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Prof. Dr. H. Nur Ahid, M.Ag selaku direktur pascasarjana IAIN Kediri.
3. Bapak Dr. Jamaludin A. Khalik, LC, MA selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Pembimbing I.
4. Bapak Zayad Abd Rahman M.HI selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyelesaian penulisan tesis.

5. Kedua orang tua yang telah mengalirkan kasih sayangnya dan selalu melimpahkan do'a yang tak terkira bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di kampus IAIN Kediri.

Semoga segala amal mereka diberi balasan yang berlipat oleh Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini banyak sekali kekurangan, maka kritikkan yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan, guna lebih sempurna lagi penulisan skripsi ini.

Kediri, 30 Juni 2020

Achmad Robith Saifun Nawan
NIM : 925.006.18.001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x

BAB I : PENDAHULUAN

A. Kontek Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	15
E. Penelitian Terdahulu	15
F. Sistematika Pembahasan	21

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Digital Marketing.....	22
1. Pengertian Digital Marketing.....	22
2. Jenis-jenis Digital Marketing.....	24
3. Kesalahan Dalam Digital Marketing.	28
4. Media Sosial.	29
B. Meningkatkan Penjualan.....	33
1. Cara Meningkatkan Penjualan.....	33

2. Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Penjualan.....	34
C. Syari'ah Marketing.....	36
1. Konsep Marketing Syari'ah.....	36
2. Nilai-Nilai Syari'ah Marketing.....	39
3. Karakteristik Syari'ah Marketing.....	41

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	48
B. Kehadiran Peneliti.....	48
C. Lokasi Penelitian.....	49
D. Sumber Data.....	49
E. Metode Pengumpulan Data.....	57
F. Pengecekan Keabsahan Data.....	58
G. Analisis Data.....	59

BAB IV : PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Paparan Data.....	61
1. Praktek Penggunaan Digital di PT Anugerah Kubah Indonesia dan CV Seribu Kubah.....	68
2. Peran Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan PT Anugerah Kubah Indonesia dan CV Seribu Kubah.....	80
B. Temuan Penelitian.....	91

BAB V : PEMBAHASAN

A. Praktek Penggunaan Digital Marketing di PT Anugerah Kubah Indonesia dan CV Seribu Kubah.....	96
B. Peran Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan PT Anugerah Kubah Indonesia dan CV Seribu Kubah.....	107

C. Peran Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Ditinjau dari Marketing Syari'ah.....	121
---	-----

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan	130
---------------------	-----

B. Saran	131
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA.....	133
---------------------	-----

LAMPIRAN-LAMPIRAN