

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING BUN.KOPI
PADA MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

**OLEH
ACHMAD RIFA'I
170101050964**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
EKONOMI SYARIAH
2022 M/1443 H**

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING BUN.KOPI PADA
MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

**OLEH
ACHMAD RIFA'I
NIM : 170101050964**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
2022 M/1443 H**

ABSTRAK

Achmad Rifa'i 2022. *Penerapan Strategi Digital Marketing bun.kopi Pada Masa Pandemi Covid-19*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing : H. Haris Faulidi Asnawi, Lc, M.SI

Kata Kunci : Penerapan, *Digital Marketing*, STP

Teknologi semakin maju dan berkembang penerapan teknologi pada setiap lini kehidupan terus bertambah, internet menciptakan sebuah perubahan bagi setiap orang yang mampu memanfaatkannya, pada bagian pemasaran melalui internet yaitu *digital marketing*, penelitian ini membahas tentang bun.kopi sebuah kedai kopi yang menjual berbagai macam varian minuman rasa kopi yang melakukan marketingnya melalui internet atau secara digital.

Melakukan penelitian dengan cara wawancara langsung dengan pemilik sekaligus orang yang melakukan *digital marketing* atas bun.kopi yaitu Bapak Ketut Anggar Sae Prima. Serta melakukan observasi pada media sosial yang digunakan bun.kopi untuk melakukan *digital marketing*. Bun.kopi tidak hanya melakukan digital marketing biasa namun melakukannya pada masa awal pandemi covid-19,

Berdasarkan hasil penelitian penerapan digital marketing pada bun.kopi pada masa pandemi covid-19 bun.kopi melakukan *Segmenting, Targeting, Positioning* dan dilakukan secara *online*, mereka melakukan kombinasi itu melalui media sosial *instagram* untuk menarik pelanggan, tidak hanya untuk promosi tetapi juga untuk melakukan transaksi jual beli melalui aplikasi pihak ketiga, bun.kopi sukses membangun bisnisnya dan menjalankan *digital marketing* secara efektif.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ACHMAD RIFA'I
NIM : 170101050964
Tempat/Tgl. Lahir : Martapura, 17 November 1997
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 22 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Achmad Rifa'i

PERSETUJUAN

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Penerapan Digital Marketing Bun.kopi Pada Masa Pandemi Covid-19

Ditulis oleh : Achmad Rifa'i

N I M : 170101050964

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2021/2022

Tempat dan tanggal lahir : Martapura, 17 November 1997

Alamat : Jl. Sampurna IB, Tanjung Rema Darat, Martapura, Kalimantan-Selatan

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.

Banjarmasin, 23 Juni 2022
Pembimbing

Drs. Haris Faulidi Asnawi



H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., MSI
NIP 197904102005011010

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antsari Banjarmasin



Rohana Faridah, SE., MM
NIP 197804272009012010

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan [PrivyID](#). Untuk memastikan keasliannya, silakan scan QRCode.



PENGESAHAN

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Penerapan Digital Marketing bun.kopi pada Masa Pandemi Covid-19” ditulis oleh Achmad Rifa’i, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 14 Juli 2022
Dinyatakan LULUS dengan predikat : B+ (76,5)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Sukarni, M. Ag.

NIP 196304171991021001

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. H Sukarni, M.Ag. (Ketua)	1.
2. H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.S.I (Anggota)	2.
3. Difi Dahliana, S.E.I., M.E.I. (Anggota)	3.
4. Rimayanti, S. E., M.M (Anggota)	4.

Digitally signed by: HARIS FAULIDI ASNAWI
Signed at: 25, 2022 15:36



MOTTO

**“Orang yang hebat adalah orang yang pandai bersyukur dan
bersabar “**

PERSEMBAHAN

Segala pujian dan kalimat-kalimat yang indah bagi Allah Swt atas semua rahmat yang telah dilimpahkannya kepada semua makhluk sekalian alam tidak terkecuali kepada hamba sahaya yang fakir ini, dan tidak pula lupa Shalawat serta salam yang indah pula kepada Nabi Muhammad Saw, beserta keluarga, sahabat, pada pengikut beliau dari dahulu hingga sekarang,

Begitu pula kalimat dan do'a yang terucap saya persembahkan kepada semua orang yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini dari awal mula pekerjaannya hingga selesai pada tahun ini, semua orang yang telah memberikan semangat, koreksi serta arahan yang sangat membantu penulis hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini, kepada kawan-kawan yang memang betul tidak bisa satu persatu saya sebutkan karena begitu banyak orang yang sudah saya repotkan keterlibatannya untuk skripsi ini, ada hal yang pasti bagi mereka semua semoga Allah Swt, menyelematkan mereka baik pada dunia maupun akhirat kelak.

Terima kasih yang tidak terhingga kepada para dosen yang telah melakukan transfer ilmu kepada saya, juga untuk dosen pembimbing saya Bapak H. Haris Faulidi Asanawi, Lc, M.SI yang jasanya sangat besar terhadap skripsi saya,

Saya persembahkan skripsi ini untuk kepada orang tua saya, ibunda kandung saya Fitriani (Almarhum), bapak saya Sairaji dan Ibunda saya Salamah, meskipun hal kecil ini tentu tidak dapat

membalas segala kebaikan mereka kepada anaknya, namun mudah-mudahan ini menjadi salah satu jalan agar lebih dekat kepada Ridho Allah Swt,

Kepada kawan-kawan Mandiri Squad, Lokal C 2017, Ele-ele, kepada rekan-rekan kerja di PT Aneka, TMJ Hauling, Juga EST Hauling.

Kepada Ibu Dr. Chodidjah Makarim, M.Si yang saya tidak tau siapa ibu tetapi selalu muncul pada beranda youtube saya ketika mengerjakan skripsi.

Kepada podcast retropus yang hadir dengan bahasan yang segar menemani saya mengerjakan skripsi

Kepada Bapak Ketut Anggar Sae Prima yang telah mengijinkan saya untuk menjadikan un.kopi sebagai subjek penelitian skripsi. Semoga nanti saya bisa mampir ke bun.kopi lampung atau bun.kopi yg sukses sampai berhasil membuka cabang di kalimantan-selatan.

Kepada semua yang terlibat, semoga selamat Allah Swt memberikan keselamatan pada dunia dan akhirat.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	be
ت	ta'	T	te
ث	s\ a'	s\	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	h} a'	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	z\ al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	s} ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d} ad}	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t} a'	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z} a'	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas

غ	gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	qaf	Q	qi
ك	kaf	K	ka
ل	lam	L	'el
م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	we
ه	ha'	H	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	ya'	Y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَكَبِّرٌ	ditulis	<i>mutakabbir</i>
الْقُدُّوسُ	ditulis	<i>al-qudu>s</i>

III. Ta' *marbutah* di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جَامِعَةٌ	ditulis	<i>ja>mi'ah</i>
مَكْتَبَةٌ	ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المَكْتَبَةُ الْجَمِيلَةُ	ditulis	<i>al-maktabah al-jami>lah</i>
---------------------------	---------	-----------------------------------

IV. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u
شكر	Fathah	ditulis	syakara
قرأ	Kasrah	ditulis	quri'a
ينطق	Dammah	ditulis	yant}iqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	a> ka>milah
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	a> s}alla>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	i> syadi>d
4	dammah + wawu mati صدور	ditulis ditulis	u> s}udu>r

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	Ai ruwaidun
2	fathah + wawu mati و فرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	Au wa fir'auna z}i al-auta>d

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ أَشَدُّ خُلُقًا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt. Atas semua limpahan karunia, nikmat, rahmat dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya proposal skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam terus kita berikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw., keluarga, sahabat dan para pengikut beliau dulu, sekarang hingga akhir zaman. Penulis sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan Digital Marketing bun.kopi Pada Masa Pandemi Covid-19” sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis Menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu dan tenaga. Oleh karena itu, di kesempatan ini dengan sepenuh dan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada;

1. Dr. H. Sukarni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Rohana Faridah, SE., MM., selaku ketua program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri M.A. selaku Penasehat Akademik.
4. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

6. Ayah dan Ibu, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, serta kasih sayang tak pernah ada batasnya.
7. Kepada teman-teman yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang yang membantu. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambahkan khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Aamiin.

Banjarmasin, 1 Januari 2021

Penulis,



(Achmad Rifa'i)

DAFTAR ISI

PENERAPAN DIGITAL MARKETING BUN.KOPI PADA MASA PANDEMI COVID-19	i
ABSTRAK	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan penelitian	4
E. Definisi operasional/batasan istilah	5
F. Kajian Pustaka/Penelitian terdahulu	6
G. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TOERI DIGITAL MARKETING	15
A. Digital Marketing	15
B. Segmentation (Segmentasi pasar)	16
C. Targeting (Menetapkan Target Pasar)	17
D. Positioning.....	18
E. Media Sosial.....	20
F. Cafe	22
G. Pandemi Covid-19.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	26
B. Lokasi Penelitian	26

C.	Subjek dan Objek Penelitian	27
D.	Data dan Sumber Data.....	27
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	27
F.	Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV <u>ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN</u>		59
A.	Sejarah Berdirinya Bun.kopi	62
B.	Struktur Organisasi Bun.kopi.....	63
C.	Profil bun.kopi.....	74
D.	Bidang Usaha	74
E.	Pembahasan Strategi digital marketing bun.kopi.....	74
BAB V <u>PENUTUP</u>		87
A.	Kesimpulan.....	87
B.	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo bun.kopi	62
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi bun.kopi.....	67
Gambar 4. 3 Target pemasaran bun.kopi	78
Gambar 4. 4 Segmentasi umur pelanggan bun.kopi	78