

**ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM OPTIMALISASI
PENJUALAN PADA BEAUTYSKIN GLOWING.BYAIS BANJARMASIN**

SKRIPSI

OLEH

MUHAMMAD AL IHWAN



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2023 M/1444 H

**ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM OPTIMALISASI
PENJUALAN PADA BEAUTYSKIN BANJARMASIN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi**

Oleh :

Muhammad Al Ihwan

170101050691

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN ASURANSI SYARIAH

BANJARMASIN

2023 M/1444 H

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Analisis Strategi Digital Marketing dalam Optimalisasi Penjualan Pada BeautySkin Banjarmasin

Ditulis oleh : Muhammad Al Ihwan
N I M : 170101050691
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2023
Tempat dan tanggal lahir : Banjarmasin, 07 Juli 1999
Alamat : Banjarmasin, Jln Pramuka Kom. Smanda 3A No.3

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, 22 Mei 2023

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



Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink is written over a rectangular stamp. Below the signature, the name and NIM of the supervisor are provided: "Drs. H. Nispan Rahmi, M.Ag" and "196705011994931005".

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Penjualan Pada BeautySkin Glowing.byais Banjarmasin", ditulis oleh Muhammad Al Ihwan, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 27 Juni 2023

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (3,75)



Dr. H. Sukarni, M.Ag
NIP. 196304171991021001

Tim Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1. Drs. H. Nispan Rahmi, M.Ag.	Ketua/Anggota	1.
2. H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.S.I	Anggota	2.
3. Rohana Farida, S.E.,M.M.	Anggota	3.
4. M. Qamaruddin, M.E.	Anggota	4.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD AL IHWAN
NIM : 170101050691
Tempat/Tgl. Lahir : Banjarmasin, 07 Juli 1999
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, 02 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



MUHAMMAD AL IHWAN

ABSTRAK

Muhammad Al Ihwan. 2023. *Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Penjualan Pada BeautySkin Banjarmasin*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Drs. H. Nispan Rahmi M.Ag

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Digital Marketing

Penelitian ini di latar belakang oleh pesatnya perkembangan teknologi sampai pada bidang ekonomi berbasis digital dan banyaknya online shopp. Hal tersebut menjadi landasan dan ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian tentang Penerapan Strategi Digital Marketing.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui startegi digital marketing yang digunakan seta kendala dan hambatan dalam penerapan digital marketing, sehingga bermanfaat dibidang ilmu ekonomi terutama ilmu pemasaran secara online. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field reseach*) yang berlokasi di Jl. Bumi Mas V no. 07 Untuk memperoleh data yang diper-lukan, penulis melakukan survey dan melakukan wawancara kepada pemilik usaha untuk mendapati informasi yang diperlukan dan teknik analisis data yang digunkan menggunakan Analisis SWOT untuk penelitian ini.

Melalui teknik kualitatif yang mencakup observasi, wawancara dan dokumentasi penelitian ini menghasilkan temuan-temuan: *Pertama:* Strategi yang digunakan dalam pemasaran melalui online dengan menerapkan digital marketing melalui media promosi yaitu instagram, whatsapp dan shopee. *Kedua:* kendala dan hambatan yang terdapat pada olshopp Glowing.byais kurangnya modal, SDM yang kurang, ekspedisi yang terkadang *overload*, transaksi palsu. Hambatan pada *olshopp* Glowing.byais adalah fasilitas dalam mengakses internet yang belum menunjang, belum konsisteny pembuatan dan penguploadtan konten dalam promosi dan adanya plagiat konten dalam promosi.

MOTTO

“Barang siapa bertawakkal kepada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya dan sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendakin-Nya)” (QS. Ath-Thalaq: 3)

“Jangan Biarkan Kedzoliman Membungkam Diri mu, tapi rebutlah keadilan yang seharusnya menjadi milik mu”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah memberikan segala kesehatan, kekuatan, dengan setiap tarikan dan hembusan nafas yang masih diizinkan serta kelancaran untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Sholawat serta salam selalu tersampaikan kepada sang Revolusioner sejati junjungan kita Nabi Muhammad Sholallahu'Alaihi Wasalam. Yang telah menuntun kita semua menuju jalan kebahagiaan di dunia dan akghirat kelak.

Keluarga

Kepada Abah dan Mama saya selalu mendo'akan, menyayangi, memberi motivasi dan selalu sabar yang memberikan segala pengorbanan yang selamanya tidak akan pernah saya balas. Saya ucapkan terimakasih banyak.

Dosen Pembimbing

Bapa Drs. Nispan Rahmi, M.Ag., selaku dosen pembimbing akademik yang selalu sabar dan ikhlas dalam membimbing saya sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan.

All Partner

Teman-teman seperjuangan dan Teman hidup, terimakasih atas segala kebersamaan dan support selama perjalanan menuntut ilmu dibangku perkuliah. Semoga kita menjadi pribadi yang lebih baik.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Digital Marketing dalam Optimalisasi Penjualan pada BeautySkin Glowing by AIS Banjarmasin”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

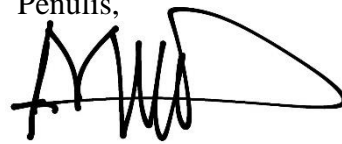
Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Sukarni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Lutpi Sahal, S.HI, M.SI., selaku ketua program studi Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Drs. H. Nispan Rahmi M.Ag., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen 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. Ibu dan Bapakku, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulupakan.

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

Banjarmasin, 31 Mei 2023

Penulis,



Muhammad Al Ihwan

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	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba`	B	Be
ت	Ta`	T	Te
ث	Ša`	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	Ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ya
ص	Šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	Đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	Ž	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
هـ	Ha`	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya`	Y	Ya

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَّقِدِينَ	Ditulis	<i>muta`aqqidīn</i>
عِدَّةً	Ditulis	<i>'iddah</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</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*

كريمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

IV. Vokal pendek

ـَ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ـِ	Faṭḥah	Ditulis	<i>A</i>
ـُ	Ḍammah	Ditulis	<i>U</i>

V. Vokal panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	<i>ā - jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya'mati يسعى	Ditulis	<i>ā - yas'ā</i>
3	Kasrah + ya'mati كريم	Ditulis	<i>ī - karīm</i>
4	Dammah + wawu mati نروض	Ditulis	<i>ū - furūd</i>

VI. Vokal rangkap

1	Fathah + ya' mati بِزَكَم	Ditulis	ai – <i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati زُول	Ditulis	au – <i>Qaulun</i>

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

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

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآن	Ditulis	<i>al - Qur'ān</i>
الْقِيَّاس	Ditulis	<i>al - Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الْإِسْمَاء	Ditulis	<i>as – Samā</i>
الْإِسْمِيس	Ditulis	<i>asy – Syams</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

ذَوِي النُّرُوضِ	Ditulis	<i>Žawī al - furūḍ atau Žawīl - furūḍ</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as - sunnah atau ahlussunnah</i>

DAFTAR ISI

HALMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	xvi
DAFTAR ISI.....	xx
DAFTAR TABEL	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Oprasional	6
F. Penelitian Terdahulu	6
G. Sistematika Pembahasan	11
BAB II STRATEGI PEMASARAN DAN DIGITAL MARKETING.....	13
A. Strategi Pemasaran	13
1. Pengertian Strategi Pemasaran	13
a. Strategi	13
b. Pemasaran	14
c. Strategi Pemasaran.....	16
2. Pemasaran Syariah.....	19
a. Pengertian Pemasaran Syariah.....	19
b. Karakteristik dan Praktik Marketing Rasulullah SAW.....	20
B. Digital Marketing	25
1. Pengertian Digital Marketing	26
2. Penggunaan Digital Marketing.....	28
3. Keuntungan dan Hambatan dalam penggunaan Digital Marketing.....	29
4. Jenis-jenis Digital Marketing	31
C. Optimalisasi Penjualan	32
1. Pengertian Optimalisasi.....	33
2. Pengertian Penjualan	34
3. Optimalisasi penjualan melalui digital marketing.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Data dan Sumber Data	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	42
E. Teknik Pengelolaan Data dan Analisis Data.....	43
F. Tahapan Penelitian	46
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISI DATA	48
A. Penyajian Data	48
B. Analisis Data	68

BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Produk.....	54
Tabel 1.2 Laporan keuangan	66
Tabel 1.3 Laporan keuangan	67