

**ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA USAHA RUMAH
SOUVENIR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI
BANJARMASIN**

SKRIPSI

OLEH

LAILA FITRIANI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2024 M / 1445 H

**ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PRODUK PADA USAHA RUMAH SOUVENIR DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI BANJARMASIN**

SKRIPSI

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

Oleh :

Laila Fitriani

170101050202

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

BANJARMASIN

2024 M / 1445 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laila Fitriani
NIM : 170101050202
Tempat/Tgl. Lahir : Banjarmasin, 18 Desember 1998
Jurusan : S-1 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, 13 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



SEPULUH RIBU RUPIAH
10000
TEL. 20
METERAI
TEMPEL
D7171ALX155196088

Laila Fitriani

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Usaha Rumah Souvenir Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ditulis oleh : LAILA FITRIANI

NIM : 170101050202

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2017

Tempat dan Tanggal Lahir : Banjarmasin, 18 Desember 1998

Alamat : Jl. Bina karya, Simpang Jagung, Gg.Tunas Harapan No.40, Banjarmasin.

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

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

Banjarmasin, 14 Mei 2024

Pembimbing



Drs. H. Nispan Rahmi, M.Ag.

NIP 196705011994031005

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Usaha Rumah Souvenir Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Banjarmasin”, ditulis oleh Laila Fitriani, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 05 Juli 2024

Dinyatakan LULUS dengan predikat:

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis
Islam

UIN Antasari Banjarmasin



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

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Hj. Zulpa Makiah, M.Ag. (Ketua)	1.
2. Annisa Sayyid, S.H.I., M.S.I. (Anggota)	2.
3. Muhammad Saleh, S.IP, SH, MA. (Anggota)	3.
4. Difi Dahliana, S.E.I., M.E.I. (Anggota)	4.

ABSTRAK

Laila Fitriani,2024. *Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Usaha Rumah Souvenir Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing : Drs. H. Nispan Rahmi, M.Ag.

Kata Kunci : Strategi, *Digital Marketing*, Bisnis Souvenir.

Pada saat ini seiring berkembangnya teknologi digital yang semakin canggih maka kemajuan tersebut dapat memberikan banyak manfaat bagi keberlangsungan hidup manusia. Kementerian koperasi dan usaha kecil menengah menyebutkan dalam (Yuliani, 2023) bahwa sekitar 3,79 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produk-produknya. Rumah Souvenir Banjarmasin merupakan salah satu UMKM yang menjalankan kegiatan usahanya secara digital marketing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi digital marketing Rumah Souvenir Banjarmasin dan Penerapannya ditinjau dari perspektif ekonomi Islam

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan pada di tempat usaha Rumah Souvenir Banjarmasin, Data yang didapat bersumber dari hasil wawancara langsung dengan owner dan karyawan dari Rumah Souvenir Banjarmasin dari pengamatan peneliti terhadap akun media sosial dan *marketplace* dari Rumah Souvenir Banjarmasin.

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini maka diketahui bahwa Strategi digital marketing yang dilakukan pada usaha Rumah Souvenir Banjarmasin menggunakan strategi digital marketing : yaitu (a) Kolaborasi, (b) Endorsment, (c) Iklan, (d) Giveaway, (e) Menggunakan fitur Naikkan Produk, (e) Posting konten, dan dengan menerapkan strategi digital marketing yang tepat maka mampu meningkatkan penjualan produk pada usaha Rumah Souvenir Banjarmasin dari segi omset yang awalnya berkisar pada Rp.5.000.000 perbulan kini mencapai Rp.10.000.000 sampai Rp.15.000.000 perbulan. Dari segi banyak nya penjualan yang awalnya menjual ratusan buah souvenir perminggunya, kini mampu menjual hingga ribuan buah souvenir perminggunya. Dan dari segi ruang lingkup penjualan, dimana awalnya hanya mendapatkan pembeli dari daerah Kota Banjarmasin dan sekitarnya, kini sudah melakukan pengiriman souvenir luar kota seperti ke Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, dan Kalimantan Barat, dan penerapan strategi digital marketing yang diterapkan sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam yaitu dengan mengikuti aturan yang telah ditetapkan dalam etika bisnis Islam.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah : 5)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”.

(Umar bin Khattab)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan rasa syukur serta do'a

Karya yang sederhana ini untuk:

Mama dan Abah tercinta, yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan yang tiada
ternilai besarnya

Adik ku Nurmaya, terimakasih atas support dan doa yang diberikan
Amak kucingku tersayang, terimakasih telah jadi penyemangat dan penghibur hati disaat
sedang lelah

Wahyu Harimurti, terimakasih atas dukungannya dan menjadi tempat untuk berkeluh kesah
yang menenangkan.

Nada, Uji, Naza, Muna terimakasih untuk segala support dan waktu yang diberikan.
Teman temanku yang tidak dapat disebutkan satu persatu, teman Lokal B ekonomi syariah
2017, rekan kerja ku di Namu Bakeshop, terimakasih atas segala bantuan dan dukungannya.
Dan terakhir untuk diriku sendiri, terimakasih telah melangkah dan berjuang sejauh ini,
semoga selalu dikuat kan untuk langkah-langkah yang lebih jauh kedepannya.

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 ^ˆ	t	Te
ث	s\a ^ˆ	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	h}a ^ˆ	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha ^ˆ	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	z\al	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra ^ˆ	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	s}ad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad}	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a ^ˆ	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a ^ˆ	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	koma terbalik di atas
غ	gain	g	Ge
ف	fa ^ˆ	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 ^ʿ	h	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	ya ^ʿ	y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَكَبِّرٌ	ditulis	<i>mutakabbir</i>
الْقُدُّوسِ	ditulis	<i>al-qudūs</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جَامِعَاتٍ	ditulis	<i>jāmi'ah</i>
مَكْتَبَاتٍ	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^ʿ serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

مَكْتَبَاتِ الْجَمِيلَاتِ	ditulis	<i>al-maktabah al-jamīlah</i>
---------------------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal pendek

اَ	Fathah	ditulis	a
إِ	Kasrah	ditulis	i
أُ	dammah	ditulis	u

شكر	Fathah	ditulis	syakara
قرأ	Kasrah	ditulis	qurī'a
يطلق	dammah	ditulis	yanṭiqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاهلت	ditulis ditulis	<i>ā</i> <i>kāmilah</i>
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	<i>ā</i> <i>ṣallā</i>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	<i>ī</i> <i>syadīd</i>
4	dammah + wawu mati صدر	ditulis ditulis	<i>ū</i> <i>ṣudūr</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	ai <i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati وفرعوى ذي ألوتاد	ditulis ditulis	au <i>wa fir'auna ŷi al-autād</i>

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

أنتن أشد خلقا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
---------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرأى	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الكتاب	ditulis	<i>al-kitāb</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبخ	ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
الساهرة	ditulis	<i>as-ṣhāhirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدي	ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إذا الشوس	ditulis	<i>Iʿa asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil‘alamin. Puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang tak terhingga sehingga penulis diberikan kesempatan dan kemampuan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Usaha Rumah Souvenir Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Banjarmasin**”. Sholawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad ﷺ yang menjadi uswatun hasanah bagi kita semua. Aamiin.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan studi, dan guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujibburrahman, M. A., selaku Rektor UIN Antasari Banjarmasin.
2. Bapak Dr. H. Sukarni, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Ibu Rohana Faridah, SE, MM dan Bapak Muhammad Qamaruddin, M.E., selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
4. Bapak Drs. H. Nispan Rahmi, M.Ag., selaku Pembimbing Skripsi sekaligus Penasehat Akademik yang telah memberikan saran atau masukan serta meluangkan waktunya kepada penulis selama penyelesaian skripsi.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Owner dari Rumah Souvenir Banjarmasin Bapak Nur Ifansyah dan Ibu Mutia Rahma, terimakasih atas izin dan kesempatannya untuk melakukan riset ditempat usahanya.

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 Islam, Aamiin.

Banjarmasin, 24 Juni 2024

Penulis,



(Laila Fitriani)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
ASBTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Definisi Operasional	9
F. Kerangka Pemikiran	12
G. Penelitian Terdahulu	13
H. Sistematika Pembahasan	15

BAB II DIGITAL MARKETING DAN PENINGKATAN PENJUALAN	17
A. <i>Digital Marketing</i>	17
B. Peningkatan Penjualan.....	21
C. Etika Bisnis Dalam Islam.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	31
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Subjek dan Objek Penelitian	32
D. Data dan Sumber Data	33
E. Metode Pengumpulan Data.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS PENELITIAN	39
A. Penyajian Data	39
B. Analisis Data	41
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	78
Daftar Riwayat Hidup	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar <i>Online Shop</i> Souvenir di Banjarmasin	4
Tabel 4.1 Daftar Owner dan Karyawan Rumah Souvenir Banjarmasin.....	39
Tabel 4.2 Daftar Akun Media Sosial dan <i>Marketplace</i> Rumah Souvenir Banjarmasin	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Usaha Rumah Souvenir Banjarmasin.....	3
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 4.1 Kolaborasi Dengan Vendor MUA Mega Wedding.....	44
Gambar 4.2 Kolaborasi Dengan Vendor MUA Dewi Mulia Wedding.....	44
Gambar 4.3 Kolaborasi Dengan Vendor Wedding Organizer	45
Gambar 4.4 Kolaborasi Dengan MC.....	45
Gambar 4.5 Endorsment Selebgram	47
Gambar 4.6 Endorsment Selebgram.....	47
Gambar 4.7 Fitur Naikkan Produk di Shopee	50
Gambar 4.8 Fitur Naikkan Produk di Shopee	51
Gambar 4.9 Posting Foto Produk	52
Gambar 4.10 Posting Video Tentang Produk	53
Gambar 4.11 Posting Video Proses Pengerjaan Pesanan.....	53
Gambar 4.12 Testimoni dari Agus Sasirangan	54
Gambar 4.13 Testimoni dari Bapak Ibnu Sina.....	54
Gambar 4.14 Testimoni dari <i>Customer</i> di WA	55
Gambar 4.15 Testimoni dari <i>Customer</i> di Shopee	55
Gambar 4.16 Produk <i>Sample</i> di Rumah Souvenir Banjarmasin	64
Gambar 4.17 Produk <i>Sample</i> di Rumah Souvenir Banjarmasin	64
Gambar 4.18 Foto Produk Menggunakan <i>Watermark</i>	68
Gambar 4.19 Foto Testimoni dari <i>Customer</i>	69