

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## ***Lampiran I***

### **PEDOMAN WAWANCARA**

#### **A. Identitas Narasumber**

1. Nama :
2. Posisi :
3. Lama Bergabung :
4. Tugas dan Tanggung Jawab :

#### **B. Latar Belakang Usaha**

1. Nama Pemilik Toko Siapa?
2. Kapan terbentuknya Toko A.Shopx?
3. Jenis produk yang ditawarkan?
4. Bagaimana perkembangan usaha dari awal berdiri hingga saat ini?
5. Berapa banyak tenaga kerja yang tersedia beserta tugas?
6. Apakah sudah terdapat izin usaha dari pemerintah?

#### **C. Penggunaan *Digital marketing***

1. Apakah ada tim khusus atau orang tertentu yang mengelola *digital marketing*?
2. Media *digital marketing* apa saja yang digunakan oleh Toko A.Shopx dalam memasarkan produknya?
3. Bagaimana strategi penggunaan media sosial (Instagram, WhatsApp, *marketplace*, dan lain-lain) dalam meningkatkan penjualan produk Toko A.Shopx?
4. Sejauh mana pengaruh penggunaan *digital marketing* terhadap volume penjualan produk Toko A.Shopx?
5. Bagaimana efektivitas promosi online (diskon, giveaway, iklan berbayar) dalam meningkatkan penjualan produk Toko A.Shopx?
6. Bagaimana strategi penentuan target pasar melalui *digital marketing* pada Toko A.Shopx?
7. Kendala apa saja yang dihadapi Toko A.Shopx dalam penggunaan *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan produk?

8. Bagaimana upaya Toko A.Shopx dalam mengoptimalkan penggunaan *digital marketing* agar penjualan produk terus meningkat?
9. Bagaimana perbandingan penjualan produk sebelum dan sesudah penggunaan *digital marketing* pada Toko A.Shopx?
10. Bagaimana cara toko menentukan konten yang akan dipublikasikan?
11. Apakah toko melakukan promosi berbayar (*ads*) di media sosial? Jika ya, bagaimana efektivitasnya?
12. Apakah ada kerja sama dengan *influencer* atau pihak lain untuk promosi?
13. Seberapa sering toko melakukan evaluasi terhadap strategi *digital marketing*?

**D. Dampak terhadap Pengembangan Usaha**

1. Bagaimana dampak penggunaan *digital marketing* terhadap penjualan toko?
2. Apakah ada peningkatan jumlah pelanggan atau jangkauan pasar setelah menerapkan *digital marketing*?
3. Apakah *digital marketing* juga membantu dalam membangun loyalitas pelanggan?
4. Bagaimana pengaruhnya terhadap *brand awareness* Toko A.Shopx?

**E. Tantangan dan Kendala**

1. Apa saja kendala yang dihadapi dalam menerapkan *digital marketing* (Biaya, SDM, Peralatan dan Teknis)?
2. Bagaimana toko mengatasi tantangan tersebut?

**F. Harapan dan Rencana Pengembangan Usaha ke Depan**

1. Apakah ada rencana pengembangan lebih lanjut dalam strategi *digital marketing*?
2. Apakah toko memiliki target atau inovasi khusus yang akan dilakukan dalam waktu dekat?
3. Apa harapan terhadap perkembangan usaha melalui *digital marketing* ke depan?

## **Lampiran II**

### **TRANSKRIP HASIL WAWANCARA**

#### **A. Identitas Narasumber**

- Nama : Dinda Syakira Maulidya
- Posisi : Admin Media Sosial Toko A.Shopx
- Lama Bergabung : ±5 tahun
- Tugas dan Tanggung Jawab : Bertugas sebagai admin yang dipercaya untuk manajemen media sosial @a.shopx\_, membuat dan mengelola konten *digital marketing*, berkomunikasi dengan konsumen melalui media sosial dan marketplace, serta membantu owner dalam proses penjualan dan promosi produk.

#### **B. Latar Belakang Usaha**

1. Siapa nama pemilik toko A.Shopx?  
Kak Siti Aulia
2. Kapan terbentuknya Toko A.Shopx?  
Toko A.Shopx terbentuk pada tahun 2016, berawal dari usaha ritel skala kecil yang bertujuan menyediakan produk kebutuhan masyarakat dengan harga terjangkau.
3. Jenis produk yang ditawarkan?  
Toko A.Shopx menawarkan berbagai produk seperti aksesoris, fashion, hijab, mainan, perlengkapan rumah tangga, serta produk kebutuhan lainnya dengan konsep harga murah.
4. Bagaimana perkembangan usaha dari awal berdiri hingga saat ini?  
Sejak awal berdiri, Toko A.Shopx mengalami perkembangan yang cukup baik. Awalnya hanya melayani penjualan secara langsung di toko, kemudian berkembang dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram & tiktok sebagai sarana promosi digital sehingga mampu menjangkau konsumen yang lebih luas.
5. Berapa banyak tenaga kerja yang tersedia beserta tugasnya?  
Toko A.Shopx memiliki beberapa tenaga kerja yang terdiri dari kasir, staf toko, staf gudang, dan admin media sosial. Masing-masing memiliki tugas dalam melayani transaksi, mengatur barang, serta mengelola promosi dan komunikasi dengan konsumen.
6. Apakah sudah terdapat izin dari pemerintah?  
Belum terdapat izin usaha secara resmi dari pemerintah

#### **C. Prinsip Ekonomi Syariah**

1. Bagaimana penerapan prinsip kejujuran (*ṣidq*) dalam penyampaian informasi produk melalui media *digital marketing* Toko A.Shopx?  
Prinsip kejujuran diterapkan dengan menyampaikan informasi produk secara apa adanya melalui media sosial. Produk yang dipromosikan

ditampilkan sesuai kondisi asli, disertai informasi harga yang jelas dan tidak dilebih-lebihkan, sehingga konsumen memperoleh informasi yang transparan.

2. Apakah strategi *digital marketing* yang digunakan Toko A.Shopx telah memenuhi prinsip keadilan ('adl) dalam penetapan harga dan pelayanan kepada konsumen?

Strategi *digital marketing* A.Shopx menekankan harga yang terjangkau dan wajar sesuai dengan kualitas produk. Pelayanan kepada konsumen dilakukan secara adil tanpa membedakan latar belakang pembeli, baik dalam pelayanan di media sosial maupun di toko.

3. Apakah konten promosi digital Toko A.Shopx terhindar dari unsur gharar, tadlis, dan maisir?

Konten promosi Toko A.Shopx diupayakan terhindar dari unsur gharar dengan penyampaian informasi yang jelas, terhindar dari tadlis karena tidak ada manipulasi informasi produk, serta tidak mengandung unsur maisir atau spekulasi dalam bentuk promosi.

4. Bagaimana kesesuaian metode pembayaran digital yang digunakan Toko A.Shopx dengan prinsip ekonomi syariah?

Metode pembayaran yang digunakan, baik secara langsung di toko maupun melalui marketplace dan media digital, dilakukan secara transparan tanpa adanya tambahan biaya tersembunyi, sehingga sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

5. Bagaimana strategi *digital marketing* Toko A.Shopx dalam menjaga etika bisnis Islam terhadap konsumen dan pesaing?

Toko A.Shopx menjaga etika bisnis Islam dengan mempromosikan produk secara jujur, tidak menjatuhkan pesaing, serta mengedepankan sikap amanah, konsisten, dan bertanggung jawab dalam setiap aktivitas pemasaran digital.

#### **D. Penggunaan *Digital marketing***

1. Apakah ada tim khusus atau orang tertentu yang mengelola *digital marketing*?

Ada, pengelolaan *digital marketing* Toko A.Shopx dilakukan oleh admin khusus, yaitu Dinda Syakira Maulidya, yang dipercaya oleh owner untuk manajemen media sosial, membuat konten promosi, serta berkomunikasi dengan konsumen secara online.

2. Media *digital marketing* apa saja yang digunakan oleh Toko A.Shopx dalam memasarkan produknya?

Media *digital marketing* yang digunakan oleh Toko A.Shopx meliputi Instagram, TikTok, WhatsApp, serta marketplace seperti Shopee. Media tersebut dimanfaatkan untuk promosi produk, komunikasi dengan konsumen, dan meningkatkan penjualan.

3. Bagaimana strategi penggunaan media sosial (Instagram, WhatsApp, marketplace, dan lain-lain) dalam meningkatkan penjualan produk Toko A.Shopx?

Strategi yang digunakan antara lain dengan mengunggah konten produk secara rutin, menampilkan harga yang jelas, membuat video promosi

sederhana namun menarik, serta membalas pesan konsumen melalui WhatsApp dan media sosial. Marketplace digunakan untuk memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi.

4. Sejauh mana pengaruh penggunaan *digital marketing* terhadap volume penjualan produk Toko A.Shopx? Penggunaan *digital marketing* memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap peningkatan volume penjualan. Media sosial membantu memperluas jangkauan konsumen, meningkatkan minat beli, serta mendatangkan konsumen baru yang sebelumnya belum mengetahui keberadaan toko.
5. Bagaimana efektivitas promosi online (diskon, giveaway, iklan berbayar) dalam meningkatkan penjualan produk Toko A.Shopx?  
Promosi online seperti diskon dan promo harga terbukti cukup efektif dalam menarik perhatian konsumen. Giveaway dilakukan secara terbatas dan sederhana, sementara iklan berbayar digunakan secara selektif sesuai kebutuhan dan kemampuan toko.
6. Bagaimana strategi penentuan target pasar melalui *digital marketing* pada Toko A.Shopx?  
Target pasar Toko A.Shopx ditentukan berdasarkan karakteristik pengikut media sosial, yaitu masyarakat umum khususnya remaja dan dewasa muda yang menyukai produk kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau.
7. Kendala apa saja yang dihadapi Toko A.Shopx dalam penggunaan *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan produk?  
Kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan waktu dalam pembuatan konten, perubahan algoritma media sosial, serta persaingan dengan toko lain yang memiliki produk serupa.
8. Bagaimana upaya Toko A.Shopx dalam mengoptimalkan penggunaan *digital marketing* agar penjualan produk terus meningkat?  
Upaya yang dilakukan yaitu dengan meningkatkan konsistensi unggahan konten, mengikuti tren media sosial, memperbaiki kualitas foto dan video produk, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui kolom komentar dan pesan langsung.
9. Bagaimana perbandingan penjualan produk sebelum dan sesudah penggunaan *digital marketing* pada Toko A.Shopx?  
Sebelum menggunakan *digital marketing* secara optimal, penjualan hanya bergantung pada konsumen yang datang langsung ke toko. Setelah memanfaatkan media digital, penjualan mengalami peningkatan karena jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dan dikenal oleh lebih banyak konsumen.
10. Bagaimana cara toko menentukan konten yang akan dipublikasikan?  
Konten ditentukan berdasarkan produk yang sedang tersedia, tren yang sedang berkembang, serta kebutuhan dan minat konsumen. Admin juga mempertimbangkan feedback dari konsumen dalam menentukan jenis konten yang akan dipublikasikan.
11. Apakah toko melakukan promosi berbayar (ads) di media sosial? Jika ya, bagaimana efektivitasnya?

Toko A.Shopx tidak secara rutin melakukan promosi berbayar (ads) di media sosial. Promosi berbayar hanya pernah dilakukan satu kali sebagai bentuk percobaan. Dari hasil tersebut, toko menilai bahwa promosi organik melalui konten dan kerja sama dengan influencer lokal lebih sesuai dengan karakter dan kebutuhan usaha.

12. Apakah ada kerja sama dengan influencer atau pihak lain untuk promosi?  
Ya, Toko A.Shopx sangat sering melakukan kerja sama dengan influencer, khususnya selebgram lokal di wilayah Banjarmasin. Kerja sama ini dinilai efektif karena influencer lokal memiliki kedekatan dengan audiens setempat, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, interaksi, serta minat beli terhadap produk A.Shopx.
13. Seberapa sering toko melakukan evaluasi terhadap strategi *digital marketing*?  
Evaluasi strategi *digital marketing* dilakukan secara berkala, terutama dengan melihat respon konsumen, jumlah interaksi di media sosial, serta tingkat penjualan setelah promosi dilakukan. Hasil evaluasi tersebut digunakan sebagai dasar perbaikan strategi ke depannya.

#### **E. Dampak terhadap Pengembangan Usaha**

1. Bagaimana dampak penggunaan *digital marketing* terhadap penjualan toko?  
Penggunaan *digital marketing* memberikan dampak positif terhadap penjualan toko, karena produk menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas dan memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi sebelum melakukan pembelian.
2. Apakah ada peningkatan jumlah pelanggan atau jangkauan pasar setelah menerapkan *digital marketing*?  
Ya, terdapat peningkatan jumlah pelanggan dan jangkauan pasar setelah penerapan *digital marketing*. Konsumen tidak hanya berasal dari sekitar lokasi toko, tetapi juga dari luar wilayah yang mengetahui A.Shopx melalui media sosial.
3. Apakah *digital marketing* juga membantu dalam membangun loyalitas pelanggan?  
*Digital marketing* membantu membangun loyalitas pelanggan melalui interaksi yang aktif, respon yang cepat, serta konsistensi dalam penyampaian informasi produk dan promo, sehingga konsumen merasa lebih dekat dan percaya terhadap toko.
4. Bagaimana pengaruhnya terhadap brand awareness Toko A.Shopx?  
Kehadiran A.Shopx di berbagai platform digital meningkatkan brand awareness, sehingga toko lebih mudah dikenali sebagai toko dengan harga terjangkau dan produk yang beragam.

#### **F. Tantangan dan Kendala**

1. Apa saja kendala yang dihadapi dalam menerapkan *digital marketing* (biaya, SDM, peralatan, dan teknis)?  
Kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan waktu dalam pembuatan konten, serta kendala teknis seperti perubahan algoritma media sosial.
2. Bagaimana toko mengatasi tantangan tersebut?

Toko mengatasi kendala tersebut dengan memaksimalkan peran admin, mengatur jadwal konten secara sederhana, serta terus belajar mengikuti perkembangan tren dan fitur media sosial.

#### **G. Harapan dan Rencana Pengembangan Usaha ke Depan**

1. Apakah ada rencana pengembangan lebih lanjut dalam strategi digital marketing?

Ya, Toko A.Shopx memiliki rencana untuk mengembangkan strategi digital marketing dengan meningkatkan kualitas konten, konsistensi unggahan, serta pemanfaatan fitur-fitur baru di media sosial.

2. Apakah toko memiliki target atau inovasi khusus yang akan dilakukan dalam waktu dekat?

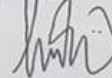
Target yang ingin dicapai adalah peningkatan penjualan dan jangkauan pasar, serta pengembangan variasi konten promosi agar lebih menarik dan informatif bagi konsumen.

3. Apa harapan terhadap perkembangan usaha melalui digital marketing ke depan?

Harapannya, digital marketing dapat terus membantu Toko A.Shopx dalam meningkatkan penjualan, memperluas pasar, serta menjaga keberlangsungan usaha secara berkelanjutan.

Banjarmasin, 05 Februari 2026

Narasumber



Dinda Syakira Maulidya

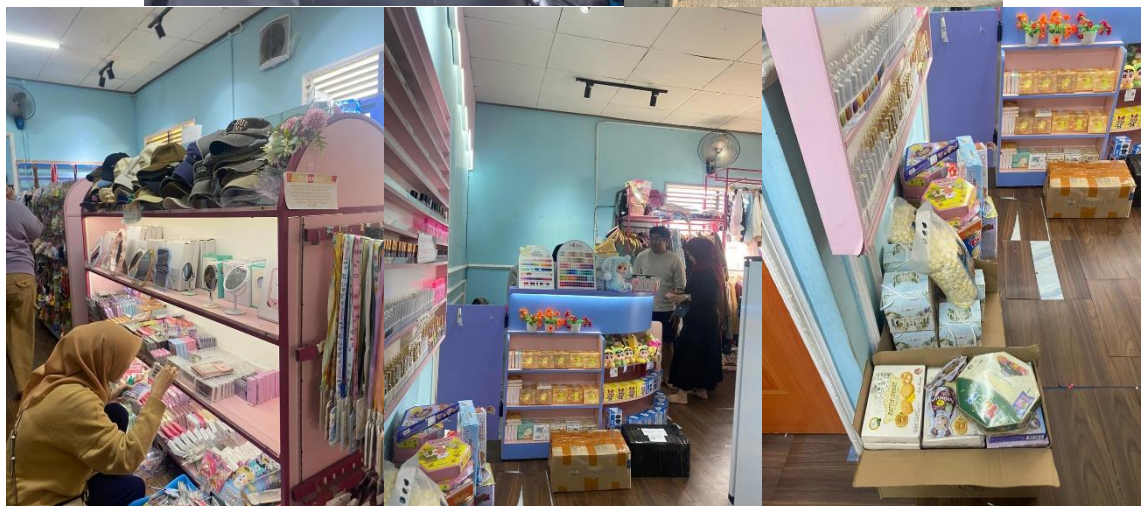


### *Lampiran III*

## **FOTO DOKUMENTASI OBSERVASI DAN WAWANCARA**



**Dokumentasi Wawancara**















**Dokumentasi Observasi Toko**

#### *Lampiran IV*

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

1. Nama Lengkap : Zahra Ramadhana
2. Tempat, tanggal lahir : Palangka Raya, 25 Oktober 2004
3. Agama : Islam
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Status Perkawinan : Belum Menikah
6. Alamat : Jl. Basir Jahan VI no.103, Rt.03, Rw. 02 Kec. Sebangau, Kel. Sabaru, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah
7. No. Telp : 0831-8690-8450
8. Email : [zhrarmdnn123@gmail.com](mailto:zhrarmdnn123@gmail.com)
9. Pendidikan :
  - a. TK Al-Furqan
  - b. SDN Percobaan
  - c. MTsN 1 Kota Palangkaraya
  - d. MAN Kota Palangka Raya
  - e. UIN Antasari Banjarmasin
10. Orang Tua
  - Nama Ayah : H. Imam Masykur
  - Pekerjaan : Pensiunan PNS
  - Alamat : Jl. Basir Jahan VI no.103, Rt.03, Rw. 02 Kec. Sebangau, Kel. Sabaru, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah
  - Nama Ibu : Dra Hj. Nordiana
  - Pekerjaan : Pensiunan PNS
  - Alamat : Jl. Basir Jahan VI no.103, Rt.03, Rw. 02 Kec. Sebangau, Kel. Sabaru, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah
11. Saudara : 1 Orang
12. Pengalaman Organisasi :
  - a. HMJ Ekonomi Syariah Periode 2023/2024
  - b. Pengurus KOPMA UIN Antasari Periode 2023-2025

- c. Sekretaris Umum Mapala Meratus Periode 2023-2025
- d. DEMA FEBI UIN Antasari Periode 2024/2025
- e. Pengurus Pemuda Bakti Banua Kab. Banjar Periode 2025



*Lampiran V Surat-Surat Administrasi*

**SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING SKRIPSI**

 **KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**  
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail:  
[febimail@uin-antasari.ac.id](mailto:febimail@uin-antasari.ac.id) / [febi.uinantasari@gmail.com](mailto:febi.uinantasari@gmail.com), website: [febi.uin-antasari.ac.id](http://febi.uin-antasari.ac.id)

---

**PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING SKRIPSI**  
Nomor : B - 117/Un. 14/III.5/ES.S1/PP.00.9/06/2025

Setelah kami mempelajari dan diadakan perbaikan seperlunya pada pra proposal (rencana penelitian) yang diajukan saudara (i):

|               |                                                                                            |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama          | : Zahra Ramadhana                                                                          |
| NIM           | : 220105010025                                                                             |
| Program Studi | : S.1/Ekonomi Syariah                                                                      |
| Judul Skripsi | : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MELALUI DIGITAL MARKETING PADA TOKO A.SHOPX KOTA BANJARMASIN |

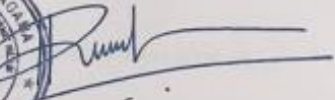
Kami dapat menyetujui pra proposal (rencana penelitian) tersebut. Sebagai pembimbing, kami tetapkan sebagai berikut:

|                    |                                         |
|--------------------|-----------------------------------------|
| Dosen Pembimbing 1 | : Prof. Dr. H. FATHURRAHMAN AZHARI, MHI |
| Dosen Pembimbing 2 | : Dr. MAHMUD YUSUF, SHI, MSI            |

Saudara (i) diharapkan segera melakukan konsultasi dengan Dosen Pembimbing skripsi guna mendapatkan arahan dalam rangka persiapan pembuatan skripsi selanjutnya.

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 16 Juni 2025  
Ketua Jurusan

   
Rohana Faridah

## SURAT PENETAPAN WAKTU UJIAN PROPOSAL SKRIPSI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 Banjarmasin 70235  
e-mail: [febi@uin-antasari.ac.id](mailto:febi@uin-antasari.ac.id) / [febi.uinantasari@gmail.com](mailto:febi.uinantasari@gmail.com) website: [www.febi.uin-antasari.ac.id](http://www.febi.uin-antasari.ac.id)

Banjarmasin, 13 August 2025

Nomor : B-035/Un.14/III.5/ES.S1/PP.00.9/08/2025  
Lampiran : Satu berkas  
Hal : Penetapan Waktu Ujian  
Proposal Skripsi

Kepada  
Yth. Zahra Ramadhana / 220105010025  
Mahasiswa/i Jurusan S1 Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari  
Banjarmasin

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Berdasarkan surat permohonan Saudara mengenai penetapan waktu ujian proposal skripsi, maka dengan ini ditetapkan Ujian Proposal Skripsi atas nama:

Nama / NIM : Zahra Ramadhana / 220105010025  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pengembangan Usaha Melalui Digital Marketing Pada Toko A.Shopx Kota Banjarmasin

pada:  
Hari/Tanggal : Kamis, 14/8/2025  
Waktu : 10.00 - 10.45 WITA  
Tempat : Ruang 6

dengan susunan tim penguji sebagai berikut:

Penguji 1 : Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI  
Penguji 2 : Dr. Mahmud Yusuf, SHI, MSI  
Notulis : Rohana Faridah, S.E., M.M.

Demikian surat penetapan ini dibuat untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Ketua Prodi Ekonomi Syariah  
  
Rohana Faridah, S.E., M.M.

Tembusan:

- Yth. 1. Penguji 1
- 2. Penguji 2
- 3. Notulis

-Arsip

Catatan:

Diharap pelaksanaan ujian tepat waktu untuk menghindari tertundanya ujian-ujian berikutnya

No. : 248



## SURAT TELAH MELAKSANAKAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 Banjarmasin 70235  
e-mail: [febi@uin-antasari.ac.id](mailto:febi@uin-antasari.ac.id) / [febi.uinantasari@gmail.com](mailto:febi.uinantasari@gmail.com) website: [www.febi.uin-antasari.ac.id](http://www.febi.uin-antasari.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN**

Pada hari Kamis tanggal 14 Agustus 2025 telah dilaksanakan ujian proposal skripsi atas nama :

Nama : Zahra Ramadhana  
NIM : 220105010025  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pengembangan Usaha Melalui Digital Marketing  
Pada Toko A.Shopx Kota Banjarmasin

dengan susunan tim penguji sebagai berikut:

Penguji 1 : Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI  
Penguji 2 : Dr. Mahmud Yusuf, SHI, MSI  
Notulis : Rohana Faridah, S.E., M.M.

Hasil Ujian Proposal Skripsi dinyatakan :

Diterima ~~Diterima dengan perbaikan~~ / Ditolak

Catatan Pelaksanaan Ujian Proposal :

Banjarmasin, Kamis, 14 Agustus 2025

1. Penguji 1 :

Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI

2. Penguji 2 :

Dr. Mahmud Yusuf, SHI, MSI

3. Notulis :

Rohana Faridah, S.E., M.M.

## SURAT PERMOHONAN IZIN RISET



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 Banjarmasin 70235  
e-mail: [febimad@uin-antasari.ac.id](mailto:febimad@uin-antasari.ac.id) / website: [www.febi.uin-antasari.ac.id](http://www.febi.uin-antasari.ac.id)

Nomor : B-65/Un.14/III.5/TL.00/01/2026

20 Januari 2026

Sifat : -

Lamp : 1 Berkas

Hal : Permohonan Izin Riset

**Yth. Pemilik Toko A. Shopx Kota Banjarmasin**

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Dengan hormat. Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari menyampaikan permohonan untuk diberikan izin riset kepada:

|                  |                                                                                                                         |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama             | : Zahra Ramadhana                                                                                                       |
| NIM              | : 220105010025                                                                                                          |
| Semester/Jurusan | : VII / Ekonomi Syariah                                                                                                 |
| Tahun Akademik   | : 2025/2026                                                                                                             |
| Waktu Riset      | : 20 Januari s/d 20 Maret 2026                                                                                          |
| Alamat           | : Jl.Basir Jahan VI no.103, Kec. Sebangau, Kel. Sabaru, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah                           |
| Judul Skripsi    | : Strategi Pengembangan Usaha melalui Digital Marketing pada Toko A.Shopx Banjarmasin (Sebagaimana Proposal Terlampir). |

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon agar kiranya berkenan membantu memberikan data dan informasi yang diperlukan terkait dengan riset tersebut.

Kami sampaikan pula sebagai Satker berpredikat Zona Integritas Wilayah Bebas dari Korupsi (ZI-WBK) menuju Zona Integritas Wilayah Birokrasi Bersih dan Melayani (ZI-WBBM) UIN antasari Banjarmasin berkomitmen terus menjaga integritas serta terus meningkatkan kualitas kinerja dan pelayanan.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*



*Lebih Baik Melayani, Melayani Lebih Baik*

## SURAT TELAH SELESAI RISET



**TOKO A.SHOPX KOTA BANJARMASIN**  
Jl. Bandarmasih, No. 01, Kec. Banjarmasin Barat, 770116,  
Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia  
Telp. 0857-8760-5832 (Admin)

### SURAT KETERANGAN

Nomor: 01.01/S.Ket/A.SHOPX-BDJ/IV/2026

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Syakira Maulidya  
Posisi/Jabatan : Admin Media Sosial Toko A.Shopx

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa dibawah ini:

Nama : Zahra Ramadhana  
NIM : 220105010025  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Berdasarkan surat pengantar izin riset dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, dengan nomor: B-65/Un.14/III.5/TL.00/01/2026 serta keterangan dari mahasiswa yang bersangkutan, maka surat ini menerangkan bahwa mahasiswa tersebut telah **Selesai Melaksanakan Riset** di Toko A.Shopx Kota Banjarmasin pada tanggal 05 April 2026.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 06 April 2026

Admin Toko A.Shopx

Dinda Syakira Maulidya

**Lampiran VI**

**CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI (LEMBAR 1)**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**ANTASARI BANJARMASIN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235  
 Telepon (0511) 6777663  
 e-mail: [febimail@uin-antasari.ac.id](mailto:febimail@uin-antasari.ac.id) / [febi.uinantasari@gmail.com](mailto:febi.uinantasari@gmail.com) website: [www.febi.uin-antasari.ac.id](http://www.febi.uin-antasari.ac.id)

**CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Zahra Ramadhana  
 NIM : 220105010025  
 Jurusan : Ekonomi Syariah  
 Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Melalui Digital Marketing Pada Toko A.Shopx Kota Banjarmasin  
 Pembimbing I : Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI  
 Pembimbing II : Dr. Mahmud Yusuf, SHI, MSI

| CATATAN PEMBIMBING I                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | CATATAN PEMBIMBING II                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>lulus kelola yg menyemp<br/>                     klt tujuan penelitian<br/>                     - di masukkan tujuan<br/>                     penelitian<br/>                     Penelitian tersebut<br/>                     tabel yg penelitian tersebut<br/>                     yg rencana penelitian<br/>                     penulis.</i></p> <p style="text-align: right;"><i>7/1 - 26 f.</i></p> | <p><i>Perhatikan pedoman penulisan FEBI<br/>                     agar sesuai dengan persyaratan.</i></p> <p style="text-align: center;"><i>8/1 - 26</i></p> <p style="text-align: right;"><i>M</i></p> |

**Catatan:**

- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



## CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI (LEMBAR 2)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**ANTASARI BANJARMASIN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235

Telepon (0511) 6777663

e-mail: [febimail@uin-antasari.ac.id](mailto:febimail@uin-antasari.ac.id) / [febi.uinantasari@gmail.com](mailto:febi.uinantasari@gmail.com) website: [www.febi.uin-antasari.ac.id](http://www.febi.uin-antasari.ac.id)

### CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Zahra Ramadhana

NIM : 220105010025

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Melalui Digital Marketing Pada Toko A.Shopx Kota Banjarmasin

Pembimbing I : Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI

Pembimbing II : Dr. Mahmud Yusuf, SHI, MSI

| CATATAN PEMBIMBING I                                                                                                                                                                                                               | CATATAN PEMBIMBING II                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Perhatikan penulisan berdasarkan pedoman penulisan FEBI. Lakukan penelitian terlebih dahulu.</p> <p style="text-align: center;">10/2-26 </p> | <p>Selesaikan penelitian berdasarkan pedoman wawancara yg ada dan jangan lupa dokumentasi.</p> <p style="text-align: center;">12/2-26</p> <p style="text-align: right; font-size: 2em;"></p> |

**Catatan:**

- a. Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

## CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI (LEMBAR 3)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**ANTASARI BANJARMASIN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235  
 Telepon (0511) 6777663  
 e-mail: [febimail@uin-antasari.ac.id](mailto:febimail@uin-antasari.ac.id) / [febi.uinantasari@gmail.com](mailto:febi.uinantasari@gmail.com) website: [www.febi.uin-antasari.ac.id](http://www.febi.uin-antasari.ac.id)

### CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Zahra Ramadhana  
 NIM : 220105010025  
 Jurusan : Ekonomi Syariah  
 Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Melalui Digital Marketing Pada Toko A.Shopx Kota Banjarmasin  
 Pembimbing I : Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI  
 Pembimbing II : Dr. Mahmud Yusuf, SHI, MSI

| CATATAN PEMBIMBING I                                                                                                                                   | CATATAN PEMBIMBING II                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Sesuaikan yg disarankan<br/>                     dg pembimbing II</i></p> <p style="text-align: right; font-size: 1.2em;"><i>28/4 - 26/4</i></p> | <p><i>Sesuaikan Bab IV dengan bahan<br/>                     yg ada, lihat referensi penelitian<br/>                     terdahulu. Tambahkan analisis<br/>                     PESTLE untuk analisis eksternalnya.</i></p> <p style="text-align: center; font-size: 1.2em;"><i>27/4 - 26</i></p> <p style="text-align: right; font-size: 2em; margin-top: 50px;"><i>M</i></p> |

**Catatan:**

- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

## CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI (LEMBAR 4)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**ANTASARI BANJARMASIN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235

Telepon (0511) 6777663

e-mail: [febimail@uin-antasari.ac.id](mailto:febimail@uin-antasari.ac.id) / [febi.uinantasari@gmail.com](mailto:febi.uinantasari@gmail.com) website: [www.febi.uin-antasari.ac.id](http://www.febi.uin-antasari.ac.id)

### CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Zahra Ramadhana

NIM : 220105010025

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Melalui Digital Marketing Pada Toko A.Shopx Kota Banjarmasin

Pembimbing I : Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI

Pembimbing II : Dr. Mahmud Yusuf, SHI, MSI

| CATATAN PEMBIMBING I                                                                                                             | CATATAN PEMBIMBING II                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Diberi tabel dan penjelasan<br/>tq hasil penelitian<br/>tersebut</i></p> <p style="text-align: center;"><i>5/5 26.</i></p> | <p><i>Tambahkan dan jelaskan rinci<br/>tentang analisis PESTLE tapi fokus<br/>usaha disesuaikan di judul</i></p> <p style="text-align: center;"><i>6/5 26</i></p> <p style="text-align: right; font-size: 2em;"><i>M</i></p> |

**Catatan:**

- a. Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

## CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI (LEMBAR 5)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**ANTASARI BANJARMASIN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235

Telepon (0511) 6777663

e-mail: [febimail@uin-antasari.ac.id](mailto:febimail@uin-antasari.ac.id) / [febi.uinantasari@gmail.com](mailto:febi.uinantasari@gmail.com) website: [www.febi.uin-antasari.ac.id](http://www.febi.uin-antasari.ac.id)

### CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Zahra Ramadhana

NIM : 220105010025

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Melalui Digital Marketing Pada Toko A.Shopx Kota Banjarmasin

Pembimbing I : Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI

Pembimbing II : Dr. Mahmud Yusuf, SHI, MSI

| CATATAN PEMBIMBING I                                                                                                                                              | CATATAN PEMBIMBING II                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Bisa di buat dan jurnal<br/>Uin di Antasari</i></p> <p style="text-align: center;"><i>12/5-26</i></p> <p style="text-align: center;"><i>[Signature]</i></p> | <p><i>fasilitas pembatasan dapat meningkatkan<br/>rumah dan pembatasan yg dibahas</i></p> <p style="text-align: center;"><i>08/5-26</i></p> <p style="text-align: center;"><i>M</i></p> |

**Catatan:**

- a. Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



## CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI (LEMBAR 6)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**ANTASARI BANJARMASIN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235

Telepon (0511) 6777663

e-mail: [febimail@uin-antasari.ac.id](mailto:febimail@uin-antasari.ac.id) / [febi.uinantasari@gmail.com](mailto:febi.uinantasari@gmail.com) website: [www.febi.uin-antasari.ac.id](http://www.febi.uin-antasari.ac.id)

### CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Zahra Ramadhana  
 NIM : 220105010025  
 Jurusan : Ekonomi Syariah  
 Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Melalui Digital Marketing Pada Toko A.Shopx Kota Banjarmasin  
 Pembimbing I : Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI  
 Pembimbing II : Dr. Mahmud Yusuf, SHI, MSI

| CATATAN PEMBIMBING I                                                                                                                                                            | CATATAN PEMBIMBING II                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="font-size: 1.2em;">ACC maju Sidang Skripsi</p> <p style="text-align: center; margin-top: 100px;">13/5 - 26</p> <p style="text-align: center; margin-top: 10px;"> </p> | <p style="font-size: 1.2em;">ACC maju sidang</p> <p style="text-align: center; margin-top: 100px;">11/5 - 26</p> <p style="text-align: center; margin-top: 100px;"> </p> |

**Catatan:**

- a. Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).