

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Rasa Puja Puji Syukur yang sangat mendalam Kepada Kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat, hidayah, dan taufiq-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penyusunan dan Penulisan Skripsi ini dengan judul **“Impelementasi *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Pada Enjemart Di Pondok Pesantren Nurul Jadid”**. sebagai Ujian Akhir Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Agama Islam Universitas Nurul Jadid. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada junjungan Baginda Nabi Muhammad *shollahu ‘alaihi wasallam* yang menjadi penuntun bagi umat Islam.

Penulis Menyadari bahwa, tidaklah mudah untuk menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dan doa dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sangat istimewa untuk kedua orang tua penulis: Ayahanda tercinta ABD. Qodir Ali dan Ibunda tercinta Siti. Muawanah yang tak henti-hentinya mendoakan, memberikan dorongan untuk menjalani semua kegiatan, *support*, material, mendidik, mengajar dan membesarkan dengan penuh cinta dan serta welas asih.

Kesuksesan ini dapat penulis raih karena menerima banyaknya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah ikut andil dalam penyelesaian skripsi ini, terutama kepada:

1. KH. Moh. Zuhri Zaini, BA. selaku pengasuh Pondok Pesantren Nurul Jadid yang selalu mengajarkan makna sabar dan pantang menyerah serta *mujahadah* di dalam kehidupan.
2. KH. Abdul Hamid Wahid, M. Ag. selaku Rektor Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo.
3. Dr. Ahmad Fawaid, M. Th.I selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo.
4. Ahmad Febrianto, M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo.
5. KH. Zainul Muin Husni, Lc., M.H. dan Muhammad Zainuddin Sunarto, M.HI selaku Pembimbing, Pembina, Penuntun dan Konselor dalam penulisan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Agama Islam khususnya Prodi Ekonomi Syariah Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo.
7. Bapak Syaiful Anam, M.E selaku Direktur BUMPES (Badan Usaha Milik Pesantren).
8. Kepada semua pihak yang telah ikut serta untuk membantu dan memotivasi penulis dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, khusus kepada saudara dan teman-teman, serta semua kerabat dan sahabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penyusun menyadari bahwa tidak ada karya yang sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penyusun menerima kritik dan saran yang membangun sehingga dapat memperbaiki semua kekurangan yang ada dalam penulisan skripsi ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. *amin yaa rabbal alamin.*

Paiton, 24 Febuari 2022

Penyusun

## DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Definisi Konsep.....	12
1. <i>Digital Marketing</i> .....	12
2. Strategi Pemasaran .....	13
F. Penelitian Terdahulu.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	21
A. Pemasaran.....	21
1. Pemasaran .....	21
2. Strategi Pemasaran .....	23
3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....	27
4. Analisis SWOT .....	31
B. <i>Digital Marketing</i> .....	33
1. Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	33



2. Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i> .....	38
C. Strategi Pemasaran dan <i>Digital Marketing</i> Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	44
1. Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	44
2. Bauran Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	48
3. <i>Digital Marketing</i> dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	59
BAB III METODE PENELITIAN .....	65
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	65
B. Tahap-tahap Penelitian .....	66
C. Instrumen Penelitian.....	67
D. Sumber Data .....	67
E. Teknik Pengumpulan Data .....	69
F. Analisis Data .....	72
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	77
A. Paparan Data dan Temuan Penelitian.....	77
1. Gambaran Umum dan Profil Enjemart .....	77
2. Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran Pada Enjemart .....	80
3. Pengembangan <i>Digital Marketing</i> pada Enjemart .....	89
B. Pembahasan .....	99
1. Peluang Enjemart dalam Meningkatkan Penjualan Melalui <i>Digital Marketing</i> .....	99
2. Implementasi <i>Digital Marketing</i> pada Enjemart .....	108
BAB V PENUTUP .....	113
A. KESIMPULAN .....	113
B. SARAN.....	114
DAFTAR PUSTAKA .....	115
LAMPIRAN.....	120

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar harga produk Enjemart pada Marketplace TokoPedia.....	94
Tabel 4. 2 Tanggapan Konsumen mengenai <i>Digital Marketing</i> Enjemart .....	97
Tabel 4.3 Analisis SWOT <i>Digital Marketing</i> Enjemart.....	106



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambaran Konsep Pemasaran.....	21
Gambar 2.2 Komponen-komponen strategi pemasaran.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Enjemart.....	79
Gambar 4.2 Akun Marketplace dan produk Enjemart.....	93
Gambar 4.3 Penilaian pada Marketplace Enjemart.....	96



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	120
Lampiran 2 .....	127
Lampiran 3 .....	128





## DAFTAR TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Seminar menyampaikan adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yang digunakan secara resmi serta bersifat nasional. Di dalam SKRIPSI ini banyak dijumpai nama dan istilah (technical term) yang berasal dari bahasa arab ditulis dengan huruf latin. Pedoman transliterasi yang digunakan untuk penulisan tersebut. Berikut ini penjelasannya secara berurutan:

**Pertama:** Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Pada transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	S	Es (dengan titik atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik Bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik bawah)
ر	Rak	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	S	Es (dengan titik bawah)



ض	Dad	D	De (dengan titik bawah)
ط	Tha	T	Te (dengan titik bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik bawah)
ع	Ain	‘	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

**Kedua:** Vokal (tunggal atau rangkap)

Vokal bahasa arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau manoftong dan vokal rangkap atau diftong.

➤ Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat.

- Tanda fathah (◌َ) dilambangkan dengan huruf: a, missal *ad-dumanah*
- Tanda kasroh (◌ِ) dilambangkan dengan huruf: i, misalnya *tirmidzi*
- Tanda dammah (◌ُ) dilambangkan dengan huruf u, misalnya *yunus*

➤ Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu

**Ketiga:** Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

**Keempat:** Ta' Marbutah

➤ Ta Marbutah hidup

Ta marbutah yang terdapat harkat fathah atau dammah,, transliterasinya adalah : t (te)

➤ Ta' Marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah : h (ha)

➤ Kalau pada kata terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h)

**Kelima:** Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan yang diberi tanda syaddah itu.

**Keenam:** Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu “ ﺝ ”. Namun dalam transliterasi ini, kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah, dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariyah.

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah ditransliterasi-kan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf / l / diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf qomariyah. Kata sandang yang diikuti huruf qomariyah ditransliterasi-kan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qomariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sandang.

**Ketujuh:** Tanda apostrof (‘) sebagai transliterasi huruf hamzah hanya berlaku untuk yang terletak di tengah atau akhir kata, misalnya *ma’luf*, *fuqoha’*. Sedangkan di awal kata, huruf hamzah tidak dilambangkan dengan sesuatupun, misalnya *syari’ah*, *ulama*.