

**STRATEGI *MARKETING ONLINE* DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN UD. BUKHORI AHMAD MEUBEL  
DI DESA SINDANG MEKAR KABUPATEN CIREBON**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Jurusan Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**



Oleh :  
**INDRI RAHMADINI**  
NIM. 1908203153

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
SYEKH NURJATI CIREBON  
TAHUN 1444 H/ 2023**

## ABSTRAK

**INDRI RAHMADINI, 1908203153, "STRATEGI *MARKETING ONLINE* DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN UD. BUKHORI AHMAD MEUBEL DI DESA SINDANG MEKAR KABUPATEN CIREBON", 2023.**

Pada era globalisasi saat ini persaingan bisnis semakin ketat terutama pada bidang industry kayu atau *furniture*. Hal ini sangat mampu mendorong pasar internasional melalui berbagai produk unggulannya yang dinilai memiliki kualitas yang baik dan menarik. Kekuatan sektor ini didukung melalui keterampilan, dan keragaman budaya lokal. UD. Bukhori Ahmad Meubel salah satu yang menggeluti bidang *furniture* dengan menggunakan strategi *marketing online* dalam meningkatkan volume penjualan. Adapun permasalahan yang dihadapi UD. Bukhori Ahmad Meubel dalam strategi *marketing online* dan meningkatkan volume penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi *marketing online* dalam meningkatkan volume penjualan UD. Bukhori Ahmad Meubel. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif *deskriptif* dengan metode penelitian deskriptif dengan analisis data kualitatif dan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi digital marketing sangat berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan. Adapun strategi *marketing online* dalam meningkatkan volume penjualan UD. Bukhori Ahmad Meubel yaitu *WhatsApp, facebook, Instagram* dan *tiktok*. Adapun faktor pendukung nya yaitu jangkauan luas, dapat di akses kapanpun tidak terbatas waktu, lebih mudah mendapatkan informasi, lebih mudah interaksi, biaya lebih rendah dan efektif. Sedangkan faktor penghambat nya yaitu banyaknya pesaing, kepuasan pembelian dan ongkos kirim. Juga dampak menggunakan *marketing online* yaitu ada dampak sosial dan ekonomi. Dampak sosial yaitu jangkauan luas, mudah menentukan sasaran konsumen, pelayanan lebih maksimal kepada konsumen dan mudah mendapatkan konsumen. Dampak positif ekonomi yaitu meningkatkan volume penjualan, transaksi lebih mudah, mengurangi risiko biaya dan usaha dapat berkembang. Sedangkan dampak negatif dari ekonomi yaitu penipuan dan pembayaran macet.

**Kata kunci:** *marketing online, strategi, volume penjualan.*

## ABSTRACT

**INDRI RAHMADINI, 1908203153, "ONLINE MARKETING STRATEGY IN INCREASING SALES VOLUME OF UD. BUKHORI AHMAD MEUBEL IN SINDANG MEKAR VILLAGE, CIREBON DISTRICT", 2023.**

*In the current era of globalization, business competition is getting tougher, especially in the wood or furniture industry. This is very capable of pushing the international market through a variety of superior products which are considered to have good quality and are attractive. The strength of this sector is supported through skills, and local cultural diversity. UD. Bukhori Ahmad Meubel is one of those who is involved in the furniture sector by using online marketing strategies to increase sales volume. The problems faced by UD. Bukhori Ahmad Furniture in online marketing strategies and increasing sales volume. The purpose of this research is to find out how much influence the online marketing strategy has in increasing UD's sales volume. Bukhori Ahmad Furniture. This type of research is descriptive qualitative research with descriptive research methods with qualitative data analysis and data collection techniques through observation, interviews and documentation.*

*The results of this study indicate that the digital marketing strategy is very influential in increasing sales volume. The online marketing strategy in increasing sales volume of UD. Bukhori Ahmad Furniture namely WhatsApp, Facebook, Instagram and TikTok. The supporting factors are wide reach, can be accessed anytime, unlimited time, easier to get information, easier interaction, lower cost and effective. While the inhibiting factors are the number of competitors, purchase satisfaction and shipping costs. Also the impact of using online marketing is that there are social and economic impacts. The social impact is broad reach, easy to determine consumer targets, more optimal service to consumers and easy to get consumers. The positive economic impact is increasing sales volume, easier transactions, reducing cost risks and businesses can grow. While the negative impact of the economy is fraud and defaulted payments.*

**Keywords:** *online marketing, strategy, sales volume.*

## المخلص

إندري رحمايني ، 1908203153 ، "استراتيجية التسويق الرقمي في زيادة حجم مبيعات أثاث بخوري 2023، "أحمد في قرية سيدانج مكار ، منطقة سيريبون

في عصر العولمة الحالي ، أصبحت المنافسة التجارية أكثر صرامة ، خاصة في صناعة الخشب أو الأثاث. هذا قادر جدًا على دفع السوق الدولية من خلال مجموعة متنوعة من المنتجات الفائقة التي تعتبر ذات جودة عالية وجذابة. يتم دعم قوة هذا القطاع من خلال المهارات والتنوع الثقافي المحلي. المشاكل الرئيسية التي تواجه الشركات التجارية. مفروشات بخوري أحمد في الإستراتيجية الرقمية وزيادة حجم المبيعات. الغرض من هذا البحث هو معرفة مدى تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي في زيادة حجم مبيعات الأعمال التجارية. مفروشات بخوري احمد. هذا النوع من البحث هو بحث نوعي وصفي مع طرق بحث وصفية مع تحليل البيانات النوعية وتقنيات جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن استراتيجية التسويق الرقمي لها تأثير كبير في زيادة حجم المبيعات. أما بالنسبة لاستراتيجية التسويق الرقمي في زيادة حجم مبيعات الأعمال التجارية. بخوري أحمد مبل هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي. العوامل الداعمة واسعة النطاق ، ويمكن الوصول إليها في أي وقت ، ووقت غير محدود ، وأسهل في الحصول على المعلومات وزيادة الأرباح. بينما العوامل المثبطة هي عدد المنافسين والمسافة. كما أن تأثير استخدام التسويق الرقمي هو أن هناك تأثيرات اجتماعية واقتصادية. التأثير الاجتماعي ، أي مدى الوصول الواسع ، ويسهل تحديد أهداف المستهلك ويسهل الحصول على المستهلكين. التأثير الاقتصادي الإيجابي هو زيادة حجم المبيعات ، وتسهيل المعاملات ويمكن أن تنمو الأعمال التجارية. بينما التأثير السلبي للاقتصاد هو الاحتيال والتمويل السيئ

**الكلمات المفتاحية:** الإستراتيجية والتسويق الرقمي وحجم المبيعات





**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

**STRATEGI *MARKETING ONLINE* DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN UD. BUKHORI AHMAD MEUBEL  
DI DESA SINDANG MEKAR KABUPATEN CIREBON**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Jurusan Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

**INDRI RAHMADINI**

NIM. 1908203153

Pembimbing:

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Eef Saefulloh, M.Ag**

NIP. 19760312 200312 1 003

  
**Dr. Hj. Sri Rokhmawati, S.E., M.Si**

NIP. 19730806 199903 2 003

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,



**Dr. Wartoyo, MSI**

NIP. 19630702 201101 1 008

## NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon di

Cirebon

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penelitian skripsi saudara **Indri Rahmadini**, NIM: **1908203153** dengan judul **“STRATEGI MARKETING ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN UD. BUKHORI AHMAD MEUBEL DI DESA SINDANG MEKAR KABUPATEN CIREBON”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Menyetujui:

Pembimbing I Pembimbing II

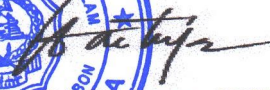
  
**Eef Saefulloh, M.Ag**  
NIP. 19760312 200312 1 003

  
**Dr. Hj. Sri Rokhlinasari, S.E., M.Si**  
NIP. 19730806 199903 2 003

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,



  
**Dr. Wartoyo, MSI**  
NIP. 19630702 201101 1 008



## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*

Peneliti yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : INDRI RAHMADINI  
NIM : 1908203153  
Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 21 Januari 2001  
Alamat : Blok umbul balong RT 05 RW 04 Desa Sindang Jawa  
Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon.

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI MARKETING ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN UD. BUKHORI AHMAD DI DESA SINDANG MEKAR KABUPATEN CIREBON”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penelitian referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, peneliti siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada peneliti sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya peneliti ini.

Cirebon, ..... 2023

Peneliti yang menyatakan,



**INDRI RAHMADINI**

**NIM. 1908203153**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti dilahirkan di Kota Cirebon pada tanggal 21 Januari 2001. Dengan penuh kasih peneliting peneliti dibesarkan dengan diberi nama Indri Rahmadini . Peneliti adalah anak pertama dari 1 bersaudara dari pasangan Ibu Rohmawati dengan (alm) Bapak Ahmad

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah sebagai berikut:

- |                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| 1. TK. RA Madinatul Ilmi    | 2005-2007 |
| 2. SD Negeri 1 Sindang Jawa | 2007-2013 |
| 3. MTS Negeri Cisaat Sumber | 2013-2016 |
| 4. MAN 2 Kabupaten Cirebon  | 2016-2019 |

Peneliti mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Program Studi Perbankan Syariah (PS) dan mengambil judul Skripsi **“STRATEGI MARKETING ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN UD. BUKHORI AHMAD DI DESA SINDANG MEKAR KABUPATEN CIREBON”**, dibawah bimbingan Bapak Eef Saefulloh, M.Ag dan Ibu Dr.Sri Rokhlinasari, M.Si

Pengalaman Organisasi Peneliti:

- |                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| 1. Pramuka                     | 2013-2016 |
| 2. IMEIs Syekh Nurjati Cirebon | 2021-2022 |

## MOTTO

"orang-orang hanya akan terus berkata yang buruk tentang hidupmu, mereka tidak akan tau proses yang sedang kamu jalani, jadi jika anda di tertawakan cukup katakan '*next time* saya kasih kejutan' "

" kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus memulai untuk menjadi hebat"

*-Zig Ziglar-*



## KATA PERSEMBAHAN

**QS. Al-Fajr: 15-16 “Adapun manusia apabila Tuhannya mengujinya lalu dia dimuliakan-Nya dan diberi-Nya kesenangan, maka dia akan berkata:**

“Tuhanku telah memuliakanku, adapun bila Tuhannya mengujinya lalu membatasi rezekinya maka dia berkata “Tuhanku menghinakanku”

*Alhamdulillahillobbil'amin*, dengan mengucapkan syukur atas Rahmat Allah swt. Sebagai ungkapan terimakasih, peneliti persembahkan sebuah karya sederhana untuk orang-orang yang peneliti penelitingi, cintai dan sangat berjasa dalam menghadapi lika-liku kehidupan ini. Teruntuk orang tua peneliti (ibu Rohmawati) yang tidak henti-hentinya selalu memberikan kasih peneliting, motivasi dan cintanya kepadaku, yang selalu memberikan semangat untuk mewujudkan cita-citaku dan selalu menjadi rumah ternyaman untuk aku pulang. Terima kasih atas do'a, uang dan dukungan yang selalu diberikan kepadaku dan terima kasih telah menjadi alasan aku untuk tetap semangat dalam meghadapi hidup.

Teruntuk keluarga yang selalu mensupport dan do'a sampai aku bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

Teruntuk teh aita dan teh mala yang selalu mensupport serta do'anya dan tidak pernah bosan-bosan ketika aku mengeluh, terimakasih telah membersamai jiwa yang kadang rapuh dan butuh teman ini.

Teruntuk sahabat-sahabatku terutama ipi dan ica yang tidak menghilang ketika aku dalam kesulitan dan tidak pernah bosan untuk menemani peneliti, terimakasih telah membersamai jiwa yang kadang rapuh dan butuh teman ini.

Teruntuk mahasiswa Aitita Resmiati, terimakasih atas segala kesabaran, support yang diberikan dan menjadi tempat keluh kesah. Semoga bisa terus bersama dan saling support dalam menggapai kesuksesan dan impian, Aamiin.

Teruntuk teman-teman kelas Perbankan Syariah D seperjuanganku terutama reza, bila, ukhti dan dini terimakasih karena kalian telah mewarnai masa-masa kuliahku. Semoga kalian diberikan kelancaran dalam menggapai kesuksesan dan impian kalian semua tercapai, Aamiin.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya sehingga laporan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ud. Bukhori Ahmad Di Desa Sindang Mekar Kabupaten Cirebon” ini dapat diselesaikan. Laporan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Suatu kebanggaan bagi peneliti karena dapat menyelesaikan penelitian sehingga dapat menyusun skripsi ini tepat pada waktunya. Dengan segala kerendahan hati, peneliti menyadari 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 peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didin Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Wartoyo, M.Si, Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Nining Wahyuningsih, S.E, M.M, Sekertaris Jurusan Perbankan Syariah.
5. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag, selaku dosen Pembimbing Skripsi I dan selaku pembibing akademik yang telah memberikan arahan dan pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi peneliti selama penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Sri Rokhlinasari, M.Si selaku dosen Pembimbing Skripsi II yang telah memberikan arahan dan pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi peneliti selama penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen Jurusan Perbankan Syariah, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada peneliti.



8. Kepada orang tua peneliti Ibu Rohmawati yang telah memberikan do'a, motivasi, spirit dan kasih peneliting walaupun kita LDR Malaysia-indonesia tapi mamah tidak berhenti untuk selalu mendo'akan yang akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Kepada mimih dan keluarga tercinta yang telah memberikan do'a, motivasi, spirit dan kasih peneliting yang akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Bapak Bukhori Ahmad selaku pemilik UD. Bukhori Ahmad Meubel yang telah memberikan arahan dan informasi kepada peneliti dalam melakukan penelitian skripsi.
11. Untuk sahabat-sahabat ku tercinta ipi, ica, teh dayen, teh widi, bi saroh, ukhti, dini, aitita, bila dan reza yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk mengerjakan skripsi ini.
12. Untuk teteh-tetehku tercinta teh mala dan teh aita yang telah memberikan motivasi, semangat dan dukungan untuk mengerjakan skripsi ini.
13. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Perbankan Syariah, khususnya keluarga besar Perbankan Syariah D Syekh Nurjati Cirebon angkatan 2019 yang selama 4 tahun bersama menjalani studi.
14. Untuk diriku sendiri terimakasih telah berjuang dan bertahan sampai saat ini walaupun banyak hal-hal yang membuat ingin menyerah, aku bangga terhadap diriku sendiri.

Kepada semua pihak yang tidak bisa penyusun sebutkan satu persatu dihaturkan banyak terima kasih dan semoga amal baiknya diterima dan mendapatkan balasan pahala dari Allah Swt. Aamiin.

Cirebon, ..... 2023

Peneliti yang menyatakan,

**INDRI RAHMADINI**

**NIM. 1908203153**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>المُلخَص .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
D. Penelitian Terdahulu.....	11
E. Kerangka Pemikiran .....	18
F. Metodologi Penelitian.....	19
G. Sistematika Penelitian.....	28
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>30</b>
A. Volume Penjualan.....	30
B. Strategi peningkatan volume penjualan.....	32
C. Strategi pemasaran.....	37
D. Digital marketing .....	47
E. Penerapan digital marketing pada produk meubel.....	55
<b>BAB III GAMBARAN UMUM UD. AHMAD BUKHORI MEUBEL DI DESA SINDANG MEKAR KABUPATEN CIREBON .....</b>	<b>57</b>
A. Gambaran Umum desa sindang mekar .....	57
B. Gambaran umum UD. Bukhori Ahmad Meubel Di Desa Sindangmekar Kabupaten Cirebon .....	68
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>

A. Strategi <i>Digital Marketing</i> Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UD. Bukhori Ahmad Meubel .....	70
B. Faktor Pendukung Dan Penghambat Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ud. Bukhori Ahmad Meubel.....	72
C. Dampak Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ud. Bukhori Ahmad Meubel.....	76
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>79</b>
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>83</b>
Table 4 Hasil wawancara owner UD. Bukhori Ahmad Meubel .....	83

