

**IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING
UNTUK MENINGKATKAN LABA
USAHA MEUBEL AGUNG JAYA PUTRI SULUNG
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah



Disusun oleh:

JAMALUDIN
NIM 2228120199

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI
CIREBON 2026 M / 1447 H**

**IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING
UNTUK MENINGKATKAN LABA
USAHA MEUBELAGUNG JAYA PUTRI SULUNG
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah

Disusun oleh:

JAMALUDIN
NIM 2228120199

UINSSC

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI

CIREBON 2026 M / 1447 H

ABSTRAK

JAMALUDIN, NIM: 2282120199, “IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN LABA USAHA MEUBEL AGUNG JAYA PUTRI SULUNG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”, 2026

Perkembangan teknologi *digital* mendorong pelaku usaha menyesuaikan strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *WhatsApp Business*, dan *Facebook*. Perubahan ini tidak hanya terlihat dari cara produk dipromosikan, tetapi juga dari perubahan perilaku konsumen dalam mencari informasi dan menentukan keputusan pembelian. Kondisi tersebut juga terjadi pada Meubel Agung Jaya Putri Sulung yang mulai menggunakan *digital marketing* untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan peluang penjualan. Penggunaan *digital marketing* yang dilakukan masih memiliki keterbatasan dalam penyampaian informasi produk, sementara penurunan penjualan berdampak pada laba usaha. Aktivitas pemasaran melalui media digital juga perlu dilihat kesesuaiannya dengan *perspektif* ekonomi Islam, terutama terkait nilai kejujuran, *amanah*, dan keterbukaan informasi. Penelitian ini bertujuan mengetahui implementasi *digital marketing*, kontribusinya terhadap peningkatan laba usaha, serta kesesuaiannya dengan ekonomi Islam. Penelitian menggunakan metode *field research* dengan pendekatan *kualitatif deskriptif*. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada pemilik usaha, karyawan, dan konsumen, lalu dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan implementasi *digital marketing* pada Meubel Agung Jaya Putri Sulung dilakukan melalui *Instagram*, *WhatsApp Business*, dan *Facebook* sebagai media promosi dan komunikasi dengan konsumen. Sebelum menggunakan media *digital*, pemasaran usaha terbatas pada konsumen sekitar dan lebih mengandalkan pemasaran langsung. Setelah *digital marketing*, jangkauan pasar lebih luas dengan munculnya konsumen dari luar daerah serta meningkatnya interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Kondisi tersebut berhubungan dengan peningkatan aktivitas penjualan yang berdampak pada perubahan laba usaha, meskipun peningkatannya belum stabil karena masih dipengaruhi persaingan usaha dan pengelolaan konten *digital* yang belum maksimal. Dari *perspektif* ekonomi Islam, penerapan *digital marketing* sudah menunjukkan upaya menjaga nilai kejujuran (*sidq*) dan *amanah* dalam penyampaian produk, meskipun keterbukaan informasi detail produk masih perlu diperkuat agar tidak menimbulkan ketidakjelasan (*gharar*) dalam transaksi.

Kata kunci: *digital marketing*, media sosial, laba usaha, ekonomi Islam, transparansi informasi.

ABSTRACT

JAMALUDIN, NIM: 2282120199, “IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING TO INCREASE BUSINESS PROFITS OF MEUBEL AGUNG JAYA PUTRI SULUNG IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMICS”, 2026

The development of digital technology encourages business actors to adjust their marketing strategies by utilizing social media such as Instagram, WhatsApp Business, and Facebook. This change is not only seen in how products are promoted but also in changes in consumer behavior in seeking information and making purchasing decisions. This condition also occurred at Meubel Agung Jaya Putri Sulung, which began using digital marketing to expand market reach and increase sales opportunities. The use of digital marketing still has limitations in delivering product information, while the decline in sales also has an impact on business profits. Marketing activities through digital media also need to be assessed for their conformity with the perspective of Islamic economics, especially related to the values of honesty, trust, and information transparency in marketing activities. This study aims to determine the implementation of digital marketing at Meubel Agung Jaya Putri Sulung, its contribution to increasing business profits, and its conformity with the perspective of Islamic economics. This study uses field research method with a descriptive qualitative approach. Data were obtained through observation, interviews, and documentation with business owners, employees, and several consumers, then analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results show that the implementation of digital marketing at Meubel Agung Jaya Putri Sulung is carried out through the use of Instagram, WhatsApp Business, and Facebook as promotional media and communication tools with consumers. Before using digital media, business marketing was limited to consumers around the business area and relied more on direct marketing. After utilizing digital marketing, the market reach became wider with the emergence of consumers from outside the area as well as increased interaction between business actors and consumers. These conditions are related to increased sales activity, which has an impact on changes in business profits, although the increase has not been fully stable because it is still influenced by business competition and digital content management that has not been maximized. From the perspective of Islamic economics, the implementation of digital marketing has shown efforts to maintain the values of honesty (*şidq*) and trust (*amanah*) in product delivery, although transparency regarding product details still needs to be strengthened to avoid uncertainty (*gharar*) in transactions.

Keywords: digital marketing, social media, business profit, Islamic economics, information transparency.

الملخص

جمال الدين، نيم: ٩٩١٠٢١٢٨٢٢، "تنفيذ التسويق الرقمي لزيادة أرباح الأعمال لموبل أغونغ جايا بوتري سولونغ من منظور الاقتصاد الإسلامي"، ٦٢٠٢

يشجع تطور التكنولوجيا الرقمية الجهات الاقتصادية على تعديل استراتيجياتهم التسويقية باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام، واتساب، بيزنس، وفيسبوك. هذا التغيير لا يظهر فقط في طريقة الترويج للمنتجات، بل أيضا في التغيرات في سلوك المستهلكين عند البحث عن المعلومات واتخاذ قرارات الشراء. ويحدث هذا الوضع أيضا في شركة موبيل أغونغ جايا بوتري سولونغ التي بدأت باستخدام التسويق الرقمي لتوسيع الوصول إلى السوق وزيادة فرص المبيعات. لا يزال استخدام التسويق الرقمي يعاني من قيود في تقديم معلومات المنتجات، بينما يؤثر انخفاض المبيعات على أرباح الشركات. يجب أيضا أن ينظر إلى أنشطة التسويق عبر الإعلام الرقمي على أنها متوافقة مع المنظور الاقتصادي الإسلامي، خاصة فيما يتعلق بقيمة الصديق والثقة والكشف عن المعلومات. يهدف هذا البحث إلى معرفة كيفية تطبيق التسويق الرقمي، ومساهمته في زيادة أرباح الأعمال، وملاءمته للاقتصاد الإسلامي. يستخدم البحث طريقة بحث ميداني مع نهج نوعي وصفي. يتم جمع البيانات من خلال الملاحظة، والمقابلات، والتوثيق لأصحاب الأعمال والموظفين والمستهلكين، ثم يتم تحليلها من خلال تقليل البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص الاستنتاجات.

تظهر نتائج الدراسة أن تطبيق التسويق الرقمي في موبيل أغونغ جايا بوتري سولونغ يتم عبر إنستغرام، واتساب، بيزنس، وفيسبوك كوسيلة للترويج والتواصل مع المستهلكين. قبل استخدام الوسائط الرقمية، كان التسويق التجاري يقتصر على المستهلكين المحيطين ويعتمد أكثر على التسويق المباشر. بعد التسويق الرقمي، أصبح نطاق السوق أوسع مع ظهور المستهلكين من خارج المنطقة وزيادة التفاعل بين الفاعلين في الأعمال والمستهلكين. يرتبط هذا الوضع بزيادة أنشطة المبيعات التي تؤثر على التغيرات في الأرباح التشغيلية، رغم أن الزيادة لم تكن مستقرة لأنها لا تزال متأثرة بالمنافسة التجارية وإدارة المحتوى الرقمي التي لم تتم تعظيمها. من منظور الاقتصاد الإسلامي، أظهر تطبيق التسويق الرقمي جهودا للحفاظ على قيمة الصديق (الصديق) والثقة في تسليم المنتج، رغم أن الكشف عن معلومات المنتج التفصيلية لا يزال بحاجة إلى تعزيز حتى لا يسبب غموضا (غرار) في المعاملات.

كلمات البحث: التسويق الرقمي، وسائل التواصل الاجتماعي، أرباح الأعمال، الاقتصاد الإسلامي، شفافية المعلومات.

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

PERSETUJUAN PEMBIMBING
SKRIPSI
IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN
LABA USAHA MEUBEL AGUNG JAYA PUTRI SULUNG DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh:

JAMALUDIN

NIM: 2282120199

Pembimbing:

Pembimbing I



Dr. H. Edy Setyawan, Lc., MA
NIP. 1977040520050110003

Pembimbing II



Ila Navilah, S. Sos., M. E. Sy.
NIP. 198602232025212004

Mengathui :

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.
NIP. 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Di

Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i **Jamaludin**, NIM: 2282120199 dengan judul **"Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Laba Usaha Meubel Agung Jaya Putri Sulung Dalam Perspektif Ekonomi Islam"**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah di ajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Edy Setyawan, Lc., MA
NIP. 1977040520050110003

Ila Navilah, S. Sos., M. E. Sy.
NIP. 198602232025212004

Mengathui :

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN LABA USAHA MEUBEL AGUNG JAYA PUTRI SULUNG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”. Oleh Jamaludin, NIM: 2282120199, telah diajukan dalam sidang munaqosah Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 7 Mei 2026.

Proposal Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Ekonomi Syariah (Ekos) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah

Ketua Sidang



Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.
NIP. 19731223 200701 1 022

Sekretaris Sidang

Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M. Si.
NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I

Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.
NIP. 19731223 200701 1 022

Penguji II

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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanisrrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Jamaludin
Nim : 2282120199
Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 9 Juli 2004
Alamat : Blok Pamijen, RT. 011 RW. 03, Desa Cikuduk,
Kecamatan Depok, Kabupaten Cirebon.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Laba Usaha Meubel Agung Jaya Putri Sulung Dalam Perspektif Ekonomi Islam”**. Ini benar – benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika atau ada kalim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 25 April 2026



JAMALUDIN
2282120199

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

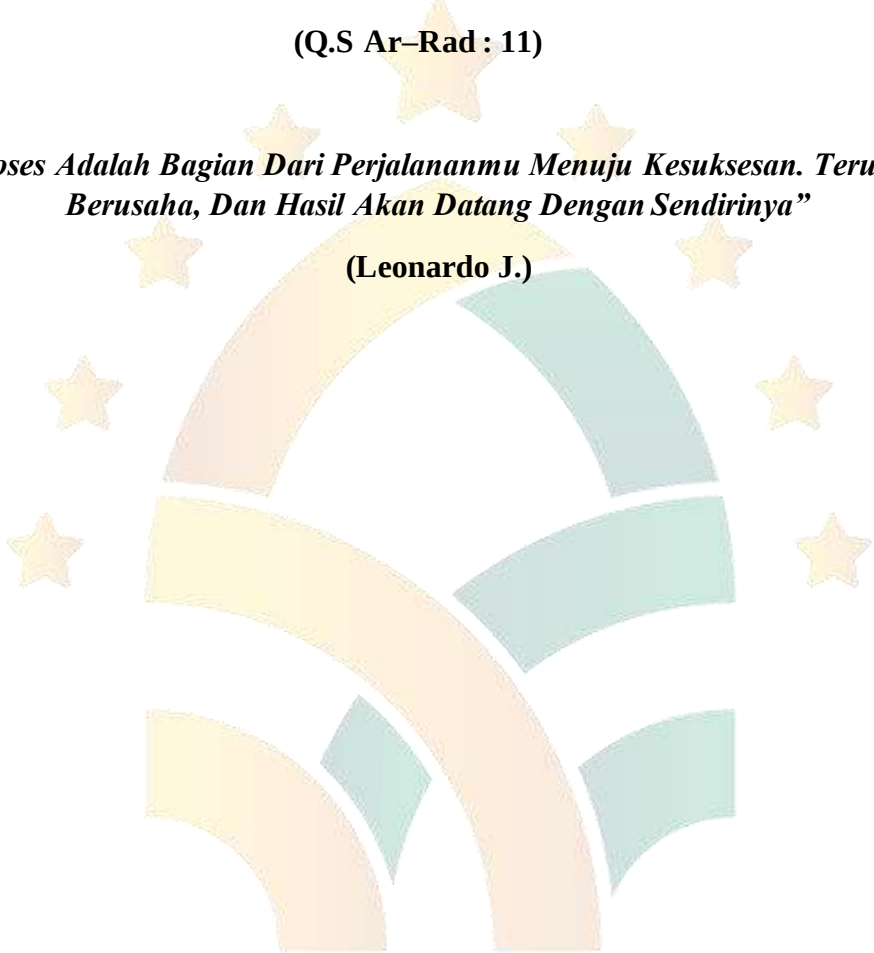
MOTTO

***“Sesungguhnya Allah Tidak Akan Mengubah Keadaan Sesuatu Kaum,
Sebelum Mereka Mengubah Keadaan Diri Mereka Sendiri”***

(Q.S Ar-Rad : 11)

***“Proses Adalah Bagian Dari Perjalananmu Menuju Kesuksesan. Teruslah
Berusaha, Dan Hasil Akan Datang Dengan Sendirinya”***

(Leonardo J.)



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

KATA PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, saya mengucapkan Alhamdulillah rabbil ‘ālamīn ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta kesehatan lahir dan batin yang telah diberikan kepada saya. Berkat izin-Nya, saya mampu melalui proses dan tantangan selama penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik. Karya ini saya harapkan tidak hanya menjadi syarat akademik, tetapi juga dapat memberikan manfaat serta menjadi amal jariyah.

Karya ini saya persembahkan dengan penuh cinta, bakti, dan rasa hormat kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Umar dan Ibu Kamina. Terima kasih atas doa, kasih sayang, serta pengorbanan yang tidak terhitung nilainya. Kalian adalah sumber kekuatan terbesar dalam hidup saya, yang selalu memberi semangat di saat saya merasa lelah dan ragu. Setiap pencapaian yang saya raih tidak pernah lepas dari doa dan dukungan kalian.

Saya juga mempersembahkan karya ini kepada dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, serta memberikan ilmu dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Bimbingan tersebut membantu saya menyelesaikan penelitian sekaligus memberi pelajaran berharga dalam berpikir dan bertanggung jawab secara akademik.

Tidak lupa, karya ini juga saya persembahkan kepada keluarga, sahabat, dan seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, serta doa dalam setiap proses yang saya jalani. Kehadiran kalian memberi warna dalam perjalanan ini dan menjadi kekuatan bagi saya untuk terus melangkah hingga titik ini.

Sebagai penutup, saya menyadari bahwa perjalanan ini tidak akan berarti tanpa dukungan dari orang-orang hebat di sekitar saya. Saya berharap apa yang telah saya capai dapat menjadi awal untuk terus belajar, berkembang, dan menjadi pribadi yang lebih baik.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Jamaludin, Lahir di Kabupaten Cirebon Tepatnya di Desa Cikeduk, RT.011 RW.03, Kecamatan Depok, pada hari Jumat Tanggal 9 Juli 2004. Anak Ke-3 dari Bapak Umar dan Ibu kamina.

Jenjang Pendidikan Yang ditempuh adalah:

1. SDN 1 Cikeduk pada tahun 2016
2. SMP PGRI SUMBER pada tahun 2019
3. SMK SIMA BANGSA pada tahun 2022
4. Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon jurusan Ekonomi Syariah

Penulis mengikuti Program Studi S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah dan mengambil judul Skripsi “IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN LABA USAHA MEUBEL AGUNG JAYA PUTRI SULUNG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”. dibawah Bimbingan bapak Dr. H. Edy Setyawan, Lc., MA dan Ibu Ila Navilah, S. Sos., M. E. Sy.

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT tuhan semesta alam, karena atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN LABA USAHA MEUBEL AGUNG JAYA PUTRI SULUNG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**. Shalawat serta salam semoga tetap dan akan terus tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga nya, kepada sahabat nya ataupun kepada para pengikutnya.

Peneliti sangat bersyukur atas selesainya penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program sarjana (S1) pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon. Peneliti menyadari bahwa pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik berkat doa, dukungan, bimbingan, semangat dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun tidak langsung. Maka dari itu peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, MH, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah
5. bapak Dr. H. Edy Setyawan, Lc., MA selaku dosen pembimbing I dan Ibu Ila Navilah, S. Sos., M. E. Sy. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, arahan, saran, bimbingan dan kesabarannya kepada penulis sehingga dapat terwujudnya skripsi ini.

6. Segenap para dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah yang telah membantu pada proses administrasi perkuliahan penulis selama di Universitas Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
7. Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini kupersembahkan kepada kedua orangtuaku tercinta. Bapak Umar, dan Ibu Kamina yang telah menjadi sumber inspirasi dalam setiap langkah penulis. Skripsi ini adalah bentuk wujud dari rasa hormat dan terimakasihku kepada kalian berdua.
8. Kedua kakak laki-laki tercinta, Didi Sayidi dan Ade Irwanto, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan menjadi penguat di setiap langkah peneliti. Kehadiran kalian menjadi pengingat bahwa peneliti tidak pernah berjalan sendirian dalam menghadapi setiap proses kehidupan ini.
9. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman, kerabat terdekat, serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan, doa, motivasi, dan semangat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Perhatian, kebersamaan, serta bantuan yang diberikan, baik secara moril maupun materil, menjadi salah satu faktor penting yang membantu peneliti dalam menyelesaikan studi ini. Semoga segala kebaikan, dukungan, dan ketulusan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah Swt.
10. Peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada seseorang yang secara tidak langsung turut menjadi bagian dalam perjalanan ini. Kehadiran, perhatian, dan cara sederhananya dalam menemani hari-hari selama proses penyusunan skripsi ini telah memberikan kesan tersendiri bagi peneliti. Meskipun tidak terlibat secara langsung dalam penelitian ini, keberadaannya tetap menjadi salah satu hal kecil yang membuat proses panjang ini terasa sedikit lebih ringan untuk dijalani.
11. Terakhir, ucapan terima kasih saya berikan untuk diri saya sendiri, Jamaludin. Terima kasih sudah bertahan dan terus berjuang sampai sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah meskipun sering merasa lelah, sendiri, dan menghadapi berbagai tekanan. Saya belajar bahwa setiap kesulitan membawa pelajaran, dan setiap proses membentuk saya menjadi lebih kuat.

Walaupun jalannya tidak selalu mudah, saya tetap berusaha menjaga mimpi ini agar tidak padam. Pencapaian ini menjadi bukti bahwa saya mampu melewati semua ini dengan baik.

Peneliti menyadari kekurangan yang ada pada skripsi ini, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Harapan peneliti semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan semua kalangan.

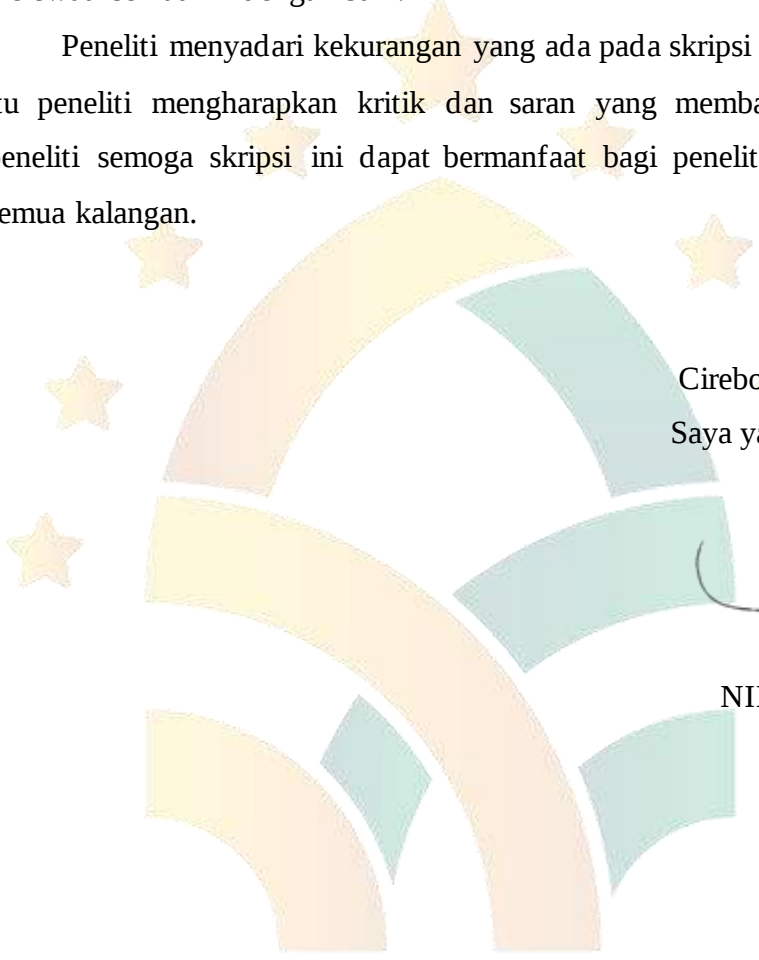
Cirebon, 25 April 2026

Saya yang Menyatakan



Jamaludin

NIM. 2282120199



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
المخلص.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
NOTA DINAS.....	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI.....	vii
MOTTO.....	viii
KATA PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan penelitian.....	6
C. Perumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Masalah.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Metodologi Penelitian.....	10
G. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
A. Landasan Teori.....	22
1. Digital Marketing Perspektif Ekonomi Islam.....	22
2. Laba dan Kinerja Usaha.....	25
B. Literature Riview.....	27
C. Kerangka Pemikiran.....	37

BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN	40
A. Sejarah Singkat Usaha Agung Jaya Putri Sulung	40
B. Perkembangan Usaha Agung Jaya Putri Sulung	42
C. Produk Yang Dijual Oleh Agung Jaya Putri Sulung	43
D. Sistem Marketing Di Meubel Agung Jaya Putri Sulung	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Implementasi Digital Marketing Pada Meubel Agung Jaya Putri Sulung	
50	
1. Penerapan Digital Marketing Dan Platform Yang Digunakan	50
2. Waktu Mulai Penerapan Digital Marketing	54
3. Intensitas Posting Konten	55
4. Jenis Dan Strategi Konten	58
5. Pelayanan Dalam Menjelaskan Produk Dan Menyikapi Konsumen ..	59
6. Proses Keputusan Konsumen Dalam Pesanan Custom	62
B. Kontribusi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Laba Usaha	65
1. Sumber Konsumen (Konsumen Baru Dan Konsumen Lama)	65
2. Peningkatan Laba Usaha	67
3. Target Penjualan	70
4. Strategi Meningkatkan Laba	72
5. Strategi Digital Marketing Paling Efektif	74
C. Implementasi Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam	76
1. Transparansi Informasi Produk	76
2. Pelayanan Dan Respons Terhadap Konsumen	78
3. Tanggung Jawab Terhadap Konsumen	79
4. Kemudahan Akses Informasi	81
5. Keadilan Dalam Transaksi	83
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Dan Keterkaitan Dengan Penelitian.....	27
Tabel 3.1 Daftar Harga Sebagian Produk Meubel Agung Jaya Putri Sulung	45

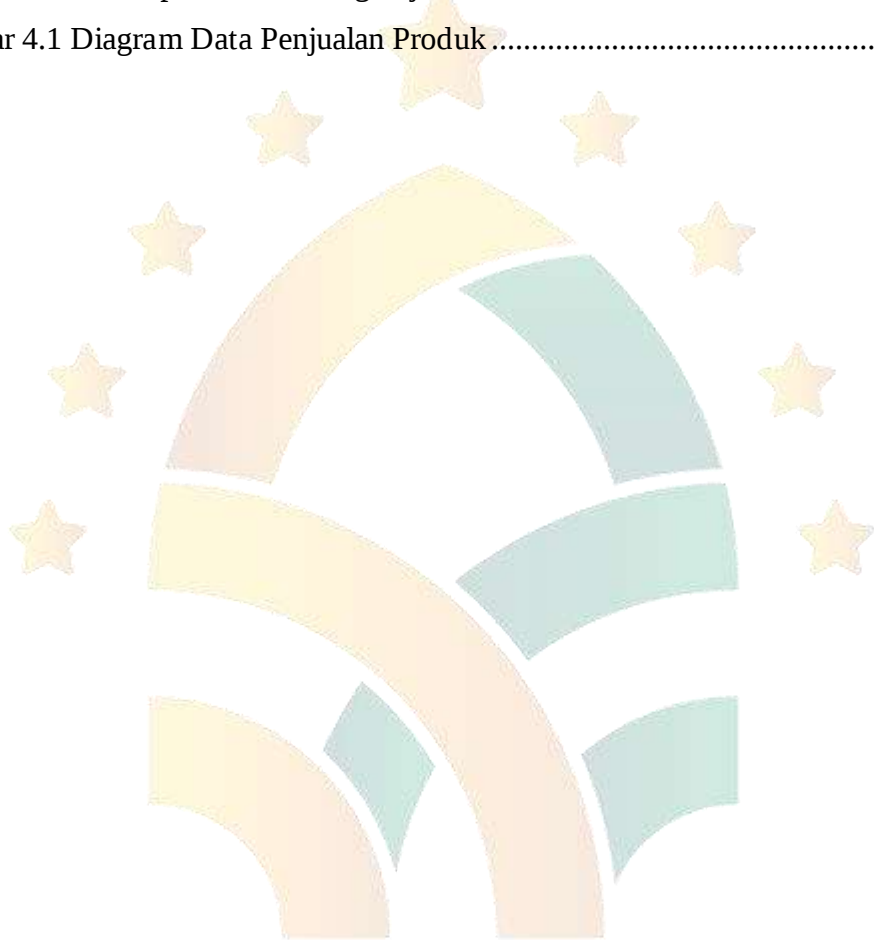


UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	37
Gambar 3.1 Beberapa Produk Yang Dijual.....	44
Gambar 4.1 Diagram Data Penjualan Produk	68



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Kepada Pemilik Usaha Dan Pihak Terkait Meubel Agung Jayaputri Sulung	95
Lampiran 2 dokumentasi hasil Wawancara Pemilik Usaha Dan Pihak Terkait Meubel Agung Jayaputri Sulung.....	100
Lampiran 3 Surat Pra Observasi Di Meubel Agung Jaya Putri Sulung	102
Lampiran 4 SK Skripsi	103
Lampiran 5 kartu bimbingan skripsi	104



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya. Sesuai dengan SKB Menteri Agama RI. Menteri Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b//U/1987.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	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	ḥ	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 ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
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

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َـيْ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
◌َـوْ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َـأ...◌	Fathah dan alif atau Ya	Ā	a dan garis di atas
◌ِـي...◌	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
◌ُـو...◌	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ = *Qāla*

قِيلَ = *Qīla*

قُولُوا = *Qūlu*

D. *Ta' marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu:

1. *ta marbutah* hidup

ta marbutah hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah “t”.

2. *ta marbutah* mati

ta marbutah mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

Jika pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/raudahtul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ : *al-madīnah al-munawwarah/ al-madīnatul
munawwarah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

E. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*

نَجَّيْنَا : *najjain*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمُّ : *nu'ima*

عُدُوْ : 'aduwwun

Jika huruf ع ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah(ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

عَلِيّ : 'Alii (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيّ : 'Arabii (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:

الشَّمْسُ : al-syamsu (bukan asy-syamsu)

الزَّلْزَلَةُ : al-zalzalāh (bukan az-zalzalāh)

الْفَلَسَفَةُ : al-falsafah

G. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya:

تَأْمُرُونَ : ta'murūna

الْأَنْوَاءُ : al-nau'

شَيْءٌ : syai'un

أَمْرٌ : umirtu

H. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al-Qur'an (dari al-

Qur'an), Sunnah, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an ,Al-Sunnah qabl al-tadwin,

Al-'Ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab

I. Lafaz al-Jalalah

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُفِيَرَحْمَةِاللَّهِ *hum firahmatillah*

J. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut ditulis menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudia linnasi lallazi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramad al-lazi unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusi Abu Nasr al-Farabi.