

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini dengan judul : **“PERAN DIGITAL MARKETING PADA PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS PRODUK HALAL (Studi Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Serang)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hassanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli karya tulis saya pribadi.

Adapun tulisan atau pendapat orang lain yang terdapat pada tulisan ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dibidang penulisan karya tulis ilmiah

Apabila dikemudian hari ditemukan sebagian atau keseluruhan skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarism atau mencontek karya tulis orang lain saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 04 Januari 2024



HETIWATI
191410013

ABSTRAK

Nama : Hetiwati, NIM :191410013, Judul Skripsi : **“PERAN DIGITAL MARKETING PADA PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS PRODUK HALAL (Studi Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Serang)”**

Manusia sebagai makhluk sosial dan ekonomi tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang semakin pesat kearah digitalisasi termasuk UMKM berbasis produk halal yang terpapar arus perkembangan teknologi salah satunya yaitu marketing yang terdigitalisasi. Maka penelitian ini penting untuk menguji seberapa berperannya digital marketing untuk meningkatkan pendapatan terkhusus UMKM produk halal di Kabupaten Serang.

Dari latarbelakang tersebut terdapat rumusan masalah 1) Bagaimana peran digital marketing pada peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Serang? 2) Bagaimana kendala dan manfaat penerapan digital marketing bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Serang?

Tujuan dari penelitian ini yaitu 1) Untuk mengetahui dan menganalisa peran dari digital marketing pada peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Serang. 2) Untuk memahami kendala dan manfaat penerapan digital marketing bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Serang.

Jenis penelitian ini adalah *field research* atau penelitian lapangan, sedangkan metode yang digunakan ialah metode deskriptif analisis yakni data-data yang diperoleh ditampilkan melalui kata-kata maupun gambar kemudian di deskriptif kan sehingga menghasilkan kejelasan. dalam metode peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

Kesimpulan hasil penelitian ini bahwa Ketiga UMKM tersebut mengalami peningkatan pendapatan rata-rata Rp2.500.000 hingga Rp6.300.000. Kendala dan manfaat penerapan digital marketing bagi pelaku UMKM Kabupaten Serang yaitu Peti Ngemil, SR12 Beauty Mancak, dan Maffa Business dari segi kendala ada tidak jauh dari unsur pemasarannya, khususnya product, price, place, promotion, dan people. Sedangkan manfaat penerapan digital marketing bagi ketiga pelaku UMKM tersebut yaitu semakin dikenalnya nama dan produk ketiga UMKM tersebut yang membuat produktivitasnya meningkat. Dengan adanya pembelian yang meningkat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan dan volume penjualan

Kata Kunci : Digital Marketing, UMKM, dan Produk Halal.



JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
“SULTAN MAULANA HASANUDDIN” BANTEN

No : Nota Dinas

Lampiran : -

Hal : **Usulan Munaqosyah**
a.n Hetiwati
NIM. 191410013

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam

UIN “SMH” Banten

di –

Serang

Assalamu’alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudari Hetiwati NIM. 191410013, yang berjudul: **“Peran Digital Marketing Pada Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Produk Halal (Studi Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Serang)”** diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Prof. Dr. Itang, M.Ag
NIP. 197108041998031003

Pembimbing II

Dr. Had Peristiwa, M.M
NIP. 198111032011011004

PERSETUJUAN

**“PERAN DIGITAL MARKETING PADA PENINGKATAN
PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)
BERBASIS PRODUK HALAL (Studi Pada Pelaku UMKM di
Kabupaten Serang)”**

Oleh:

Hetiwati
NIM. 191410013

Menyetujui.

Pembimbing I



Prof. Dr. Itang, M.Ag
NIP. 197108041998031003

Pembimbing II



Dr. Hadi Peristiwo, M.M
NIP. 198111032011011004

Mengetahui.

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.S.I
NIP. 19720317199903001

Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah



Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.AK
NIP. 198703062015032003

PENGESAHAN

Skripsi a.n Hetiwati NIM: 191410013 yang berjudul, **“Pemanfaatan *Digital Marketing* Pada Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Produk Halal (Studi Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Serang)”** telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 03 Juni 2024. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Sastra Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 2024

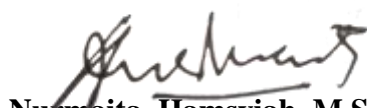
Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota

Sekretaris Merangkap Anggota



Dr. Hadi Peristiwio, M.M.
NIP. 198111032011011004



Nurmaita Hamsyiah, M.SI.
NIDN. 2005057904

Anggota-Anggota,

Penguji I,

Penguji II,



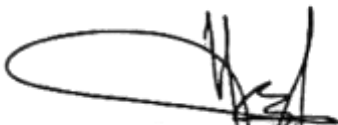
Asep Dadan Suganda, M.Sh.Ec.
NIDN. 198220422214091201



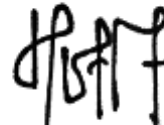
Elsa, M.Ak.
NIP. 198510062019032011

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Prof. Dr. Itang, M.Ag.
NIP. 197108041998031003



Dr. Hadi Peristiwio, M.M.
NIP. 19930302 201903 1 009

PERSEMBAHAN

*Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyanyang
Penulis persembahkan skripsi ini untuk orang-orang tercinta yang dengan
penuh semangat mendukung dan mendoakan di setiap langkah
kehidupan penulis.*

*Mereka adalah Ayahanda dan Ibunda tercinta,
Bapak Samani dan Ibu Jumhuriyah*

*Yang telah berjuang mendidik dan selalu mendukung anak anaknya
untuk meraih mimpi besar dengan rasa kasih sayang dan pengorbanannya
yang tak pernah surut.*

*Kakak-kakaku sosok orang-orang berharga yang menjadi pelengkap
kebahagian dalam hidupku.*

*Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan karunianya kepada
kitasemua, Aamiin.*

MOTO

فَمَنْ يَّعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

“Siapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarah, dia akan melihat (balasan)-nya.”

(Q.S : Al-Zalzalah. 7)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Hetiwati, lahir di Serang pada tanggal 12 Januari 2000. Anak perempuan pertama dari 5 bersaudara yang lahir dari orang tua yang bernama Bapak Samani dan Ibu Jumhuriyah.

Pendidikan formal ditempuh penulis yaitu di: SD Negeri Padarincang 1 lulus pada tahun 2013, Mts Darul Irfan Bugel 1 Bandung lulus pada tahun 2016, MA Mathalaul Anwar lulus pada tahun 2019. Selanjutnya, penulis melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah.

Selama masa perkuliahan pengalaman organisasi yang diikuti penulis adalah menjadi anggota di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Pramuka dari Unit Protokol.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“PERAN DIGITAL MARKETING PADA PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS PRODUK HALAL (Studi Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Serang)”**. Tanpa pertolongan dari-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis panjatkan dan semoga terlimpah curahkan kepada baginda tercinta kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang semoga kita semua mendapat syafa'atnya di yaumul akhir nanti.

Dengan segala kerendahan hati serta ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih terkhusus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten beserta segenap jajarannya.
3. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN SMH Banten, yang telah memberikan arahan dan persetujuan terhadap penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Itang, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah membantu mengarahkan, mendidik, dan memberikan saran-saran yang terbaik kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Dr. Hadi Peristiwu, M.M, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membantu mengarahkan, mendidik, dan memotivasi penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen UIN SMH Banten, terutama yang membimbing dan mengajar serta mendidik penulis selama menempuh perkuliahan pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten.
7. Kepada Staf Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta staf Akademik dan Karyawan UIN SMH Banten, yang telah membantu penulis untuk mendapatkan referensi berupa kepustakaan dan memberikan fasilitasnya.
8. Kedua orangtua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendoakan, mendukung dan memberikan semangat kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah 2019, terimakasih sudah berjuang bersama.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini.

Dengan segala doa dan *support* nya semoga Allah SWT membalas dengan pahala yang berlipat ganda. Mengingat penulis masih dalam tahap belajar dan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun. Atas segala kekeliruan penulis mohon maaf, karena sejatinya kebenaran hanya milik Allah SWT.

Wassalmu'alaikum wr.wb

Serang, 4 Januari 2024

Penulis,

Hetiwati
NIM. 191410013

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
ABSTRAK	ii
NOTA DINAS.....	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTO.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian	7
G. Metode penelitian	8
H. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	13
1. Tujuan UMKM	15
1. Jenis – Jenis UMKM.....	15

2. Permasalahan yang di hadapi UMKM.....	17
3. Kriteria UMKM	19
4. Karakteristik UMKM.....	23
B. Pendapatan.....	25
1. Jenis-Jenis Pendapatan.....	26
2. Faktor Yang mempengaruhi Pendapatan	27
3. Pendapatan Dalam Pandangan Islam	27
C. Digital Marketing	28
1. Tujuan penerapan digital marketing	29
2. Manfaat penerapan digital Marketing.....	29
D. Pemasaran	29
1. Strategi pemasaran	30
2. Prinsip Pemasaran dalam Islam	31
E. Produk Halal	32
1. Konsep Jaminan Produk Halal Usaha Mikro dan Kecil	33
2. Peraturan Jaminan Produk Halal.....	34
F. Penelitian Terdahulu.....	34
G. Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Pendekatan penelitian	41
B. Lokasi penelitian.....	42
C. Sumber Data	42
D. Teknik Pengumpulan Data	43
1. Observasi.....	43
2. Wawancara.....	43
3. Dokumentasi	44
E. Informasi penelitian.....	44
F. Teknik Analisis Data	45

1. Tahap Reduksi Data	45
2. Tahap Penyajian Data	45
3. Tahap Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Karakteristik Informan	47
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian	48
1. Profil Singkat UMKM Peti Ngemil	48
2. Profil Singkat UMKM SR12 Beauty Mancak	49
3. Profil Singkat UMKM Maffa Business	51
C. Hasil Penelitian	52
1. Peran Digital Marketing Pada UMKM di Kabupaten Serang	53
2. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh UMKM Peri Ngemil, SR12 Beauty Mancak, dan Maffa Business dalam memasarkan produk	57
3. Penerapan digital marketing yang dilakukan UMKM Peti Ngemil, SR12 Beauty Mancak, dan Maffa Business dalam memasarkan dan mempromosikan produknya.....	59
4. Peningkatan pendapatan pelaku usaha dalam memasarkan produknya melalui media digital marketing	60
5. Pendapat para pelaku UMKM terkait peran digital marketing terhadap perkembangan usaha	62
6. Kendala dan Manfaat Penerapan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM dalam Memasarkan Produknya	64
D. Pembahasan	67
1. Analisis Pemanfaatan Digital Marketing Dalam	67
2. Meningkatkan Pendapatan Usaha	72

3. Analisis Kendala dan Manfaat Penerapan Digital Marketing bagi pelaku UMKM di Kabupaten Serang.....	76
4. Tinjauan Digital Marketing UMKM Kabupaten Serang Berbasis Produk Halal.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai/Rata-rata kunjungan situs per bulan	4
Tabel 1. 2 Teknik Analisis Data	10
Tabel 2. 1 Kriteria UMKM Berdasarkan Asset dan Omset yang Dimiliki...	22
Tabel 2. 2 Kriteria UMKM Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	22
Tabel 2. 3 Kajian Penelitian.....	36
Tabel 2. 4 Kerangka Pemikiran	39
Tabel 3. 1 Daftar Informan	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Informan.....	47
Tabel 4. 2 Data Informan	68
Tabel 4. 3 Perkembangan Pendapatan UMKM Melalui Pemasaran Digital	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Profil Media Sosial.....	70
--------------------------------------	----