

**STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PRODUK USAHA MIKRO PENERIMA MANFAAT  
PROGRAM KARTU USAHA PEREMPUAN MANDIRI (KURMA)  
DI DESA GRINTING TULANGAN SIDOARJO PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS ISLAM**

**SKRIPSI**

Oleh

**NURUL MAULIDIYAH**

**NIM : 08020420067**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya Nurul Maulidiyah dengan NIM 08020420067, menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain yang mengatasnamakan saya serta merupakan bukan hasil plagiasi dari karya orang lain. Skripsi belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar baik di UIN Sunan Ampel Surabaya maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi saya tidak terdapat karya yang telah ditulis kecuali telah tertulis oleh penulis dan telah dicantumkan pada daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidaksamaan dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Sidoarjo, 06 Maret 2024



SEPUILUH RIBU RUPIAH  
10000  
METERAI  
TEMPEL  
76AKX825800030

Nurul Maulidiyah

NIM. 08020420067

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

Surabaya, 22 Februari 2024

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mugiyati', with a large, sweeping flourish underneath.

(Dr. Mugiyati, S.Ag., M.El.)

NIP. 1971022619970320001

**LEMBAR PENGESAHAN**

**STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PRODUK USAHA MIKRO PENERIMA MANFAAT  
PROGRAM KARTU USAHA PEREMPUAN MANDIRI (KURMA)  
DI DESA GRINTING TULANGAN SIDOARJO PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS ISLAM**

Oleh

Nurul Maulidiyah

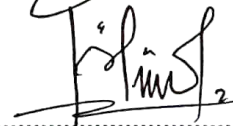
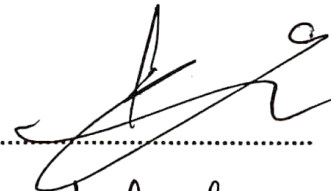
NIM. 08020420067

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 07 Maret 2024

**Susunan Dewan Penguji;**

1. Dr. Mugiyati, S. Ag. M.EI  
NIP. 1971022619970320001  
(Penguji 1)
2. Dr. Andriani Samsuri, M.M  
NIP. 197608022009122002  
(Penguji 2)
3. Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I  
NIP. 198509042019031005  
(Penguji 3)
4. Ismatul Khayati, M.E  
NIP. 199010132022032001  
(Penguji 4)

**Tanda Tangan**



Surabaya, 07 Maret 2024

Dr. Sajat Arifin, S. Ag., S.S., M  
NIP. 1970051142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nurul Maulidiyah  
NIM : 08020420067  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail address : nurulmaulidiyah786@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain ( ..... )  
yang berjudul :

Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Usaha Mikro Penerima  
Manfaat Program Kartu Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) Di Desa Grinting Tulangan  
Sidoarjo Perspektif Etika Bisnis Islam

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Maret 2024

Penulis

(Nurul Maulidiyah)

## ABSTRAK

Perkembangan industri teknologi yang sangat pesat pada era digital harus diikuti dengan sikap yang bijak khususnya dalam hal berbisnis yakni memasarkan produk. Persaingan dalam dunia usaha menjadi tantangan untuk pelaku usaha mikro agar menjadikan produknya lebih berharga dibandingkan yang lain. Strategi yang efektif dan relevan dengan perkembangan zaman yakni strategi digital marketing sebab mampu menjangkau pasar secara luas, meminimalisir biaya promosi serta dapat meningkatkan penjualan. Demi keberlangsungan kegiatan pengelolaan usaha maka tidak boleh terlepas dari nilai-nilai Islam. Untuk mengetahui sejauh mana penerapan strategi digital dalam meningkatkan penjualan produk usaha mikro penerima manfaat serta etika berbisnis dalam Islam maka peneliti mengambil judul ***“Strategi digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk usaha mikro penerima manfaat program Kartu Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) di desa Grinting Tulangan Sidoarjo perspektif etika bisnis Islam”***.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan dijabarkan dalam bentuk deskriptif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer bersumber dari pelaku usaha mikro penerima manfaat program Kartu Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) dan data sekunder bersumber dari catatan, daftar jenis usaha dan laporan keuangan secara sederhana. KURMA merupakan program pemerintah kabupaten Sidoarjo dalam membantu permodalan usaha mikro dengan target kader koperasi, kader PKK dan janda. Metode pengumpulan data yang dilakukan yakni dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hal tersebut dilakukan agar mendapatkan data yang terpusat, penting dan valid.

Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa pelaku usaha mikro telah menerapkan strategi digital marketing namun tidak semua memenuhi indikator yang ada yakni aksesibilitas, interaktivitas, hiburan, kepercayaan dan informatif. Berbagai sikap memberikan dampak tersendiri terhadap keberlangsungan usaha kedepan termasuk dalam hal penjualan. Suatu usaha dapat dikatakan mengalami peningkatan penjualan apabila mencapai volume penjualan, mendapatkan laba tertentu dan menunjang pertumbuhan usaha. Sebagaimana besar telah mengalami peningkatan penjualan serta perkembangan usaha yang lebih baik dari tahun ke tahun. Adapun penerapan etika bisnis Islam yang ada menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro dalam menjalankan usaha serta menerapkan strategi digital marketing tidak menentang dengan syariah Islam dan memenuhi lima prinsip yakni kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab dan kebajikan.

Adapun saran kepada pelaku usaha mikro penerima manfaat program Kartu Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) yakni tetap mengikuti pelatihan dan memperhatikan proses pendampingan yang telah dilakukan oleh pihak pemerintah kabupaten Sidoarjo guna menjaga kestabilan dan mampu bertahan dalam persaingan usaha.

**Kata kunci ; digital marketing, peningkatan penjualan, etika bisnis I**



## ABSTRACT

The very rapid development of the technology industry in the digital era must be followed by a wise attitude, especially in terms of doing business, namely marketing products. Competition in the business world is a challenge for micro business actors to make their products more valuable than others. An effective and relevant strategy with current developments is the digital marketing strategy because it is able to reach a wide market, minimizes promotional costs and can increase sales. For the sake of the continuity of business management activities, it must not be separated from Islamic values. To find out the extent of the implementation of digital strategies in increasing sales of micro business products that are beneficiaries of government programs to help with capital and business ethics in Islam, the researchers took the title "*Digital marketing strategies in increasing sales of micro business products that are beneficiaries of the Independent Women's Business Card (KURMA) program in Grinting Tulangan village, Sidoarjo, perspective of Islamic business ethics*".

This research uses qualitative research methods and is described in descriptive form. The type of data used is primary data sourced from micro business actors who are beneficiaries of the Independent Women's Business Card (KURMA) program and secondary data sourced from records, lists of types of business and simple financial reports. KURMA is a Sidoarjo district government program to assist micro business capital targeting cooperative cadres, PKK cadres and widows. The data collection methods used were observation, interviews and documentation. This is done in order to obtain centralized, important and valid.

The results of this research show that micro business actors have implemented digital marketing strategies, but not all of them meet the existing indicators, namely accessibility, interactivity, entertainment, trust and informativeness. Various attitudes have their own impact on future business sustainability, including in terms of sales. A business can be said to have increased sales if it reaches sales volume, obtains a certain profit and supports business growth. Most have experienced increased sales and better business development from year to year. The application of existing Islamic business ethics shows that micro business actors in running businesses and implementing digital marketing strategies do not conflict with Islamic sharia and fulfill the five principles, namely unity, balance, free will, responsibility and virtue.

The advice to micro business actors who receive the Independent Women's Business Card (KURMA) program is to continue to attend training and pay attention to the mentoring process that has been carried out by the Sidoarjo district government in order to maintain stability and be able to survive in business competition.

**Keyword ; digital marketing, increasing sales, Islamic business ethics**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
2.1 Digital Marketing.....	12
2.1.1 Pengertian Digital Marketing.....	12
2.1.2 Indikator Strategi Digital Marketing.....	14
2.1.3 Jenis-Jenis Digital Marketing .....	16
2.2 Penjualan.....	19
2.2.1 Pengertian Penjualan .....	19
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan .....	21
2.2.3 Parameter Peningkatan Penjualan.....	25
2.3 Etika Bisnis Islam .....	28
2.3.1 Pengertian Etika Bisnis Islam.....	28
2.3.2 Landasan Hukum .....	30
2.3.3 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam .....	31
2.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	41
2.5 Kerangka Konseptual.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	48
3.2 Lokasi Penelitian.....	49
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5 Teknik Analisis Data .....	58



3.6 Uji Keabsahan Data .....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
4.1 Gambaran Umum.....	62
4.1.1 Profil Desa Grinting.....	62
4.1.2 Program Kartu Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) .....	63
4.2 Deskripsi Hasil Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Usaha Mikro Penerima Manfaat Program Kartu Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) Di Desa Grinting Tulangan Sidoarjo .....	68
4.3 Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Usaha Mikro Penerima Manfaat Program Kartu Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) Di Desa Grinting Tulangan Sidoarjo .....	94
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>106</b>
5.1 Kesimpulan .....	106
5.2 Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penerima Program KURMA Kabupaten Sidoarjo Tahun 2023.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3.1 Daftar Penerima Kurma Desa Grinting Tahun 2023.....	52
Tabel 3.2 Indikator Kebutuhan Data Observasi.....	55
Tabel 3.3 Kebutuhan Data Dokumentasi.....	56
Tabel 4.1 Data Jenis Usaha Mikro Penerima Program Kurma Desa Grinting.....	66
Tabel 4.2 Data Penjualan Sebelum Dan Sesudah Menerapkan Digital Marketing..	83
Tabel 4.3 Data Laba Sebelum Dan Sesudah Menerapkan Digital Marketing.....	89
Tabel 4.4 Data Penerapan Strategi Digital Marketing Usaha Mikro.....	95
Tabel 4.5 Data Pengukuran Peningkatan Penjualan Usaha Mikro.....	100

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konseptual penelitian.....	46
Gambar 4.1 Prosedur pengajuan progeam KURMA Tahun 2023.....	64
Gambar 4.2 Proses Interaksi pelaku usaha dan konsumen.....	73
Gambar 4.3 Usaha mikro penerima program KURMA.....	86



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. N., Romaisyah, L., & Agustin, R. (2023). Analysis Of The Digital Marketing Mix On The Mikhayla\_Shop Account Reviewed From The Perspective Of Islamic Business Ethics. *El-Qist: Journal Of Islamic Economics And Business (JIEB)*, 13(2), 144–157. <https://doi.org/10.15642/Elqist.2023.13.2.144-157>
- Alfansyur, A. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik Info Artikel Abstrak. *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengetahuan Sejarah*, 5(2), 146–150. <https://doi.org/10.31764/Historis.Vxiy.3432>
- Aprida Kristianti. (2021). Pengaruh Modal Kerja Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Otomotif Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsuraya*, 1, 60–76.
- Ariyadi. (2018). Bisnis Dalam Islam. *Hadratul Madaniah*, 5.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. In *Jurnal Visionary (Vis) Prodi Ap Undikma* (Vol. 6).
- Atsar, A. (2021). Sosialisasi Kegiatan Penyuluhan Umkm Mewujudkan Perekonomian Masyarakat Yang Mempunyai Potensi Dan Peran Strategis Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(5). <https://doi.org/10.31849/Dinamisia.V5i5.4142>
- Augina, A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat. In *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* (Vol. 12).
- Bangun, Cicilia SriLiasta, Purnama, & Suryani. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing Untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.34306/Adimas.V3i2.826>
- Budiarto, D., & Maftukhatu. (2019). Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Perspektif Gender Dan Ekonomi Islam: Studi Kasus Akses Pengusaha Umkm Perempuan Terhadap Lembaga Keuangan Syariah Bmt Di Palembang. *Jurnal Raden Fatah; I Finance*, 5.
- Denny Firmanto, A., Wijiyati Aluwesia, N., & Kuliah Daring Seminari Tinggi San Giovanni, E. (N.D.). *Etika Kuliah Daring Seminari Tinggi San Giovanni Xxiii Dalam Perspektif Etika Franz Magnis Suseno*. <https://ejournal.stakatnpontianak.ac.id/index.php/vocat>
- Dilla, Dewi, P. S., & Rahmat, M. (2022). Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Omzet Industri Keripik Di Bandar Labuhan Tanjung Morawa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(11). <http://bajangjournal.com/index.php/J-Abdi>
- Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (2nd Ed.). Penebar Plus.

- Dunan, H., Rizky Antoni, M., Jayasinga, H. I., & Redaputri, A. P. (N.D.). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung Di Bandar Lampung*.
- Fifin Ulyaviana, & Dilla Dwi Rahmatin Rusfa. (N.D.). *Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Web Pada Ahza Cake And Bakery*.
- Hadi, D. F., Zakiah, K., & Bandung, I. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1). [Http://Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id/Index.Php/Competitive|32](http://Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id/Index.Php/Competitive|32)
- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8.
- Heryana, A. (2018). (2018). Informan Dan Pemilihan Informan Pada Penelitian Kualitatif. *Universitas Esa Unggul*.
- Hildawati, Sari Nurmala, & Aulia Maulida. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha Cv* (Vol. 4).
- Iqbal, R. (N.D.). *Digital Marketing Perspektif Etika Bisnis Islam*. [Https://Journal.An-Nur.Ac.Id/Index.Php/Mubtadiin](https://Journal.An-Nur.Ac.Id/Index.Php/Mubtadiin)
- Istiqomah, N. H. (2023). Transformasi Pemasaran Tradisional Ke E-Marketing: Tinjauan Literatur Tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital Terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis. In *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* (Vol. 4).
- Jumlah, M., Umrah, J., & Wisata, D. (N.D.). *Implementasi Digital Marketing Dalam*.
- Jurnal, J. E. S., Syariah, E., Universitas, N., & Madura, T. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam Dan Transformasi Digital Umkm Madura Dalam Mendukung Ketercapaian Sustainable Development Goals. *J E S*, 7(1). [Https://Www.Tribunnews.Com/Bisnis/2019/12/26/Pemerintah-Target-Nilai-Ekspor-Produk-Umkm-Naik-30-Persen-](https://Www.Tribunnews.Com/Bisnis/2019/12/26/Pemerintah-Target-Nilai-Ekspor-Produk-Umkm-Naik-30-Persen-)
- Karim, A., Bobbi Kurniawan Nasution, M., & Suryadi, S. (2022). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Smk Negeri 1 Rantauprapat. *Journal Of Social Responsibility Projects By Higher Education Forum*, 3(2). [Https://Doi.Org/10.47065/Jrespro.V3i2.2759](https://Doi.Org/10.47065/Jrespro.V3i2.2759)
- Kasim, S., Octaviani, W., & Lukman, H. (N.D.). *Rekonstruksi Etika Bisnis Islami Dalam Perspektif Al-Qur'an*. [Https://Www.Ucm-Si.Ac.Id/Jurnal/Index.Php/El-Fata](https://Www.Ucm-Si.Ac.Id/Jurnal/Index.Php/El-Fata)
- Latifah, N., & Supena, A. (2021). Analisis Attention Siswa Sekolah Dasar Dalam Pembelajaran Jarak Jauh Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Basicedu*, 5(3), 1175–1182. [Https://Doi.Org/10.31004/Basicedu.V5i3.887](https://Doi.Org/10.31004/Basicedu.V5i3.887)
- Muhyiddin Robani, M., & Ekawaty, M. (2019). Analisis Dampak Pemberdayaan Perempuan Terhadap Kesejahteraan Keluarga. *Al-Muzara'ah*, 7(1), 1–18. [Https://Doi.Org/10.29244/Jam.7.1.1-18](https://Doi.Org/10.29244/Jam.7.1.1-18)
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness. *Profesi Humas*, 3(1), 1–20.

- Pujowati. (2019). *Upaya Meningkatkan Hasil Penjualan Pada Josemma Boutique Semarang*.
- Sampurno Wahyu Miihil. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Industri Bisnis Rumah Tangga. *Journal Of Islamic Economic Lariba*, 2(1), 13–18.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/Pangabdhi.V6i2.7809>
- Setiawan, Z. N. I. (N.D.). *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada CV Gabucci Barokah Utama Thaun 2011-2020)*.
- Setyowati, R. (2020). *Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada PT. Vitapharm*.
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Global Untuk Meningkatkan Penjualan Produksi Pada Home Industry. *Community Empowerment*, 5(2), 28–35. <https://doi.org/10.31603/Ce.V5i2.3514>
- Sulaiman Kurdi, Muhammad Fauzi, & Moh Kholil. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Di Kabupaten Kendal. *Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4, 26–40.
- Syahrizal, H., & Jailani, S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. *Q*.
- Thalha, O., Dan, A., Anufia, B., & Islam, E. (2019). *Instrumen Pengumpulan Data*.
- Uin, A. R., & Banjarmasin, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif* (Vol. 17, Issue 33).
- Usman Alfiani. (N.D.). *Konsep Etika Bisnis Islam Menurut Muhammad Djakfar*.
- Wulandari, E. P., & Djakfar, M. (2022). Etika Bisnis Islam Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Sektor Industri Halal. *Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 2. <https://doi.org/10.37366/Jespb.V7i02.419>
- Yuni Tresnawati, K. P. (2020). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bisnis Kuliner*.