

**DAMPAK PELATIHAN DIGITAL MARKETING BALAI
PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DAN
PENELITIAN (BPSDMP) KOMINFO SURABAYA TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN DAN PROFITABILITAS
UMKM PERSPEKTIF *MAQÂSHID ASY-SYARÎ'AH***

SKRIPSI

Oleh
LASNADYA TANJUNG
NIM : 08040421153



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

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2025

DECLARATION

PERNYATAAN

Saya, Lasnadya Tanjung, 08040421153, menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya asli saya sendiri dan bukan karya orang lain dengan mengatasnamakan saya. Ini juga bukan peniruan atau penjiplakan karya orang lain, yang dikenal sebagai plagiarisme. Di UIN Sunan Ampel Surabaya dan perguruan tinggi lain, skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar.
2. Skripsi ini tidak mengandung pendapat atau karya yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain kecuali dalam kasus di mana nama pengarang disebutkan dan daftar pustaka tercantum.
3. Pernyataan ini saya buat dengan benar, dan jika dikemudian hari terbukti salah atau tidak benar, saya bersedia menerima konsekuensi akademik berupa pencabutan gelar saya dari skripsi ini, serta konsekuensi lainnya sesuai dengan peraturan dan standar UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 2 Januari 2025



Lasnadya Tanjung

NIM. 08040421153

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI/ MUNAQOSAH

Surabaya, 20 Desember 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines, representing the name Lilik Rahmawati.

Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I

NIP. 198106062009012008

**DAMPAK PELATIHAN DIGITAL MARKETING BPSDMP
(Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian)
KOMINFO SURABAYA TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN DAN PROFITABILITAS UMKM PERSPEKTIF
MAQÂSHID ASY-SYARÎ'AH**

Telah dipertahankan di depan Dewa Penguji pada tanggal 09 Januari 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Tanda Tangan:

- 

Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Larnadya Tanjung
NIM : 0804042453
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : larnadyatanjung@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 :

DAMPAK PELATIHAN DIGITAL MARKETING BALAI PENGEMBANGAN SUMBER

DAYA MANUSIA DAN PELATIHAN (BROSMY) KOMITE SURABAYA TERHADAP

PENINGKATAN PENJUALAN DAN PROFITABILITAS UMKM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH

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,

Penulis



(Larnadya Tanjung)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah memicu revolusi bisnis, dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah memicu revolusi peradaban global, khususnya industri yang berperan sebagai penggerak ekonomi global. Oleh karena itu, program pemerintah yang bertugas untuk membantu perkembangan UMKM yaitu BPSDMP (Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian) Kominfo yang bertujuan meningkatkan penjualan dan profitabilitas dengan cara pemasaran melalui digital.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif untuk mendapatkan mendalam tentang pelatihan digital marketing yang dilakukan oleh BPSDMP Kominfo Surabaya untuk pelaku UMKM. Data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan sekretaris, pemateri pelatihan digital marketing, dan pelaku UMKM sekaligus peserta pelatihan digital marketing, serta data sekunder dari website resmi BPSDMP Kominfo Surabaya.

Implementasi pelatihan digital marketing BPSDMP Kominfo Surabaya ini berupa program UMKM Digital dan Pemerataan Literasi Digital. Pelatihan digital marketing ini sangat membantu para UMKM terlebih dalam hal pemasaran dan juga peningkatan penjualan dan profitabilitas. Dampak pelatihan digital marketing BPSDMP Kominfo Surabaya terhadap peningkatan penjualan dan profitabilitas UMKM perspektif *maqâshid asy-syarî'ah*, dengan demikian terbukti sesuai dengan perspektif maqhasid syari'ah, yaitu Pelestarian Agama (Hifz al-Din), Pelestarian Jiwa (Hifz al-Nafs), Pelestarian Akal (Hifz al-Aql), Pelestarian Keturunan (Hifz al-Nasl), Dan Pelestarian Harta (Hifz al-Mal).

Saran yang diberikan peneliti bagi BPSDMP Kominfo Surabaya agar kegiatan program pelatihan digital marketing ini dapat diperkuat dan dioptimalkan sehingga peserta dapat semakin terampil dalam menghadapi pemasaran digital.

Kata kunci: Digital Marketing, Pelaku UMKM, Penjualan Dan Profitabilitas

ABTRACK

The development of digital technology has triggered a business revolution, and advances in science and technology have triggered a revolution in global civilisation, especially industries that play a role as drivers of the global economy. Therefore, a government programme tasked with assisting the development of MSMEs, namely BPSDMP Kominfo (Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika), aims to increase sales and profitability by marketing through digital.

The research method used is descriptive qualitative to get in-depth about digital marketing training conducted by BPSDMP Kominfo Surabaya for MSME players. Primary data obtained through interviews with the secretary, digital marketing training presenters, and MSME players as well as digital marketing training participants, as well as secondary data from the official website of BPSDMP Kominfo Surabaya.

The implementation of BPSDMP Kominfo Surabaya's digital marketing training is in the form of Digital MSMEs and Digital Literacy Equity programmes. This digital marketing training is very helpful for MSMEs, especially in terms of marketing and also increasing sales and profitability. The impact of BPSDMP Kominfo Surabaya's digital marketing training on increasing sales and profitability of MSMEs from the *maqâshid asy-syarî'ah* perspective is thus proven to be in accordance with the *maqhasid syari'ah* perspective, namely the Preservation of Religion (Hifz al-Din), Preservation of Soul (Hifz al-Nafs), Preservation of Intellect (Hifz al-'Aql), Preservation of Descent (Hifz al-Nasl), and Preservation of Property (Hifz al-Mal).

Suggestions given by researchers for BPSDMP Kominfo Surabaya so that the activities of this digital marketing training program can be strengthened and optimised so that participants can be more skilled in dealing with digital marketing.

Keywords: Digital Marketing, MSME Actors, Sales and Profitability

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI/ MUNAQOSAH	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN_PERNYATAAN.....	v
DECLARATION.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
ABTRACK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan batasan masalah	16
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	16
1.2.2 Batasan Masalah	16
1.3 Rumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	18
1.5.2 Manfaat Praktis	18
BAB II LANDASAN TEORI	19
2.1 Teori Digital Marketing.....	19
2.1.1 Pengertian Digital Marketing.....	19
2.1.2 Jenis-jenis Digital Marketing.....	21

2.1.3 Kesalahan Dalam Digital Marketing	25
2.1.2 Media Sosial	26
2.2 Teori Penjualan.....	30
2.2.1 Pengertian Penjualan.....	30
2.2.2 Konsep Penjualan	31
2.2.3 Jenis Penjualan.....	32
2.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	33
2.3 Teori Profitabilitas	35
2.3.1 Pengertian Profitabilitas.....	35
2.3.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas	36
2.3.3 Jenis-jenis Rasio Profitabilitas.....	37
2.4 Teori Maqashid Syari'ah.....	37
2.4.1 Pengertian Maqashid Syari'ah.....	37
2.4.2 Pembagian Maqashid al-Syari'ah.....	41
2.4.3 Tujuan dan Peran Maqashid Syariah dalam Ekonomi Islam.....	46
2.4.4 Maqashid Syariah dalam Pemasaran	48
2.5 Penelitian Terdahulu.....	49
2.6 Kerangka Konseptual.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Jenis Penelitian	58
3.2 Lokasi Penelitian	59
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	59
3.3.1 Jenis data.....	59
3.3.2 Sumber data	59
Sumber data ini dibagi menjadi dua yaitu:	59
a. Data primer	59
b. Data sekunder	60
3.4 Teknik Pengumpulan Data	60
3.4.1 Teknik observasi	60
3.4.2 Teknik wawancara	61

3.5 Teknik Analisis Data	61
3.5.1 Reduksi data.....	61
3.5.2 Penyajian data	62
3.5.3 Kesimpulan	62
3.6 Uji Keabsahan Data	64
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Gambaran Umum	68
4.2 Hasil Penelitian.....	79
4.3 Analisis dan Pembahasan	94
BAB V PENUTUP	119
5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	122



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Analisis Kondisi Bisnis Setelah dan Sebelum Mengikuti Pelatihan di BPSDMP Kominfo Surabaya.....	92
---	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	57
Gambar 4. 1 Pelatihan Digital Marketing di BPSDMP Kominfo Surabaya.....	80



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara.....	124
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	126
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	138



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Ramadhian, Triono Sudalyo, Nurita Elfani Prasetyaningrum, and Jani Kusanti. 2023. "Pelatihan Digital Marketing Dan Cara Mudah Membuat Laporan Keuangan Usaha Untuk Anggota Wirausaha Tangguh Bumi Intan Pari (Witpari) Karanganyar." *Jabb* 4 (1): 1–11.
- "Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Penelitian Komunikasi Dan Informatika Surabaya." n.d.
- Bambang. 2012. "No Title." In *Tips Fotografi Ponsel*, 137.
- Darma (Undiknas Press). 2006. "Mobile Marketing: Sebuah Strategi Keunggulan Bersaing Online," 98.
- Edo Segara Gustanto. 2022. "Digital Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam: Pendekatan Maqashid Shariah Index." *Tamaddun Journal of Islamic Studies* 1 (1): 70–79. <https://doi.org/10.55657/tajis.v1i1.27>.
- Eni. 2020. "The Importance of Digital Marketing." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., no. Mi, 5–24.
- Fahmi, Irham. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*.
- Hermawan. 2009. "„Persaingan Dunia Digital.“" *Journal of Management and Marketing* 2:21.
- Maghfiroh, Aminatul, and Lilik Rahmawati. 2021. "Pengembangan Umkm Melalui Peran Serta Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Jombang." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2 (5): 1545–56.
- Mariam, Siti, and Abdul Haeba Ramli. 2023. "Digital Marketing Unggul Untuk Peningkatan Pemasaran UMKM Di Kota Jakarta Barat." *Indonesian Collaboration Journal of Community Services* 3 (4): 379–90.
- Ni, Husna, Matul Ulya, Firly Indriani, Indah Trisna Nurhayati, and Lidyyana Dwi Rahayu. 2023. "Penerapan Digital Marketing Dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Produk UMKM Masyarakat Bekare." *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1 (4): 60–65. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>.
- Sasa, Saudah, Dodot Sapto Adi, Maulid Agung Triono, and Fajar Supanto. 2021. "Optimalisasi Usaha Kecil Menengah Melalui Pelatihan Digital Marketing." *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 6 (3): 358–71. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>.
- Scottish Water. 2020. "Pengaruh Digital Mrketing Terhadap Penapatan Usaha

Mikro Kecil Menengah (Umkh) Menurut Ekonomi Islam” 21 (1): 1–9.

Siswanto, Ely. 2021. *Buku Ajar Manajemen*

Keuangan Dasar.

Siswanto, Tito. 2013. “Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah.” *Ekonomi Dan Akuntansi* 2:80–86.

Sri Herawati. 2011. “E-Marketing,” 56.

Susanto, Barkah, Akrim Hadiano, Fardan Nur Chariri, Miftachul Rochman, Muhammad Mirza Syaokani, and Aditya Ari Daniswara. 2020. “Penggunaan Digital Marketing Untuk Memperluas Pasar Dan Meningkatkan Daya Saing UMKM.” *Community Empowerment* 6 (1): 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>.

Swasta, Basu. 2021. “Manajemen Pemasaran (Yogyakarta: BPFE (Yogyakarta, 2021)” 4 (1): 1–23.

Vinatra, Satriaji, Administrasi Bisnis, Upn Veteran, and Jawa Timur. 2023. “Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat.” *Jurnal Akuntan Publik* 1 (3): 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>.

Wahyudi, Angga, Muhammad Bhismi, Thoifurqoni Assyamiri, Wilda Al Aluf, Mohammad Ryan Fadhillah, Shinta Yolanda, and M Isa Anshori. 2023. “Dampak Transformasi Era Digital Terhadap Manajemen Sumber Daya Manusia.” *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)* 1 (4): 99–111. <https://doi.org/>.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A