

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Penerapan Strategi *Digital Marketing* pada Usaha Bouquetq Blitar Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam” ditulis oleh Nuzula Elfa Nuriana, mahasiswi program studi Manajemen Bisnis Syariah Jurusan Bisnis dan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, NIM. 12640202101. Adapun dosen pembimbing penelitian ini adalah Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini diambil untuk mengeksplorasi penerapan strategi digital marketing pada usaha Bouquetq Blitar dari perspektif ekonomi Islam, mengingat pentingnya inovasi dalam pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan profitabilitas. Berbagai kegiatan bisnis kecil hingga besar memanfaatkan perkembangan teknologi ini untuk menjalankan usahanya. *Digital Marketing* adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat, dengan *digital marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bisa mengglobal atau mendunia. Hal ini mestinya juga dimanfaatkan oleh Toko Bouquetq Blitar yang berada di Kanigoro Blitar ini dalam meningkatkan penjualannya melalui media *digital marketing*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi *digital marketing* yang diterapkan oleh Bouquetq Blitar dan juga untuk mengetahui dampak dari penerapan *digital marketing* dalam meningkatkan profit Bouquetq Blitar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini berbasis kondensasi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digital marketing Bouquetq Blitar selaras dengan prinsip ekonomi syariah, dengan memanfaatkan platform seperti Instagram dan WhatsApp untuk promosi serta menerapkan SEO dan pengembangan website yang sesuai dengan etika Islam, seperti transparansi informasi dan kejujuran dalam transaksi. Strategi ini tidak hanya memastikan kepatuhan terhadap syariat Islam tetapi juga berdampak signifikan dalam meningkatkan profit, menjangkau pasar lebih luas, dan meningkatkan volume penjualan. Penelitian menunjukkan bahwa promosi online menarik minat pelanggan dan meningkatkan frekuensi transaksi, sekaligus memperkuat reputasi Bouquetq Blitar sebagai bisnis berbasis nilai syariah, yang turut berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Bouquetq Blitar, Ekonomi Islam.

ABSTRACT

The thesis entitled "Application of Digital Marketing Strategy to the Bouquetq Blitar Business Based on an Islamic Economic Perspective" was written by Nuzula Elfa Nuriana, a student in the Sharia Business Management study program, Department of Business and Management, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, NIM. 12640202101. The supervisor for this research is Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

This study was conducted to explore the application of digital marketing strategies in Bouquetq Blitar's business from the perspective of Islamic economics, given the importance of innovation in marketing to enhance sales and profitability. Various small to large business activities utilize this technological development to run their business. Digital Marketing is one of the marketing media that is currently in great demand by the public, with digital marketing communications and transactions can be carried out at any time and can go global or worldwide. This should also be utilized by the Blitar Bouquetq Shop located in Kanigoro Blitar in increasing its sales through digital marketing media.

This research was conducted to find out the digital marketing strategy implemented by Bouquetq Blitar and also to find out the impact of implementing digital marketing in increasing Bouquetq Blitar's profits. This research uses a qualitative research method with a case study type of research. The data sources used are primary and secondary data sources. Data collection was carried out using interview techniques and documentation. The data analysis in this study is based on data condensation, data presentation, and conclusion drawing.

The research findings indicate that Bouquetq Blitar's digital marketing strategy aligns with the principles of Islamic economics by leveraging platforms such as Instagram and WhatsApp for promotion and implementing SEO and website development in accordance with Islamic ethics, including transparency of information and honesty in transactions. This strategy not only ensures compliance with Islamic law but also has a significant impact on increasing profits, expanding market reach, and boosting sales volume. The study reveals that online promotions attract customer interest and enhance transaction frequency while strengthening Bouquetq Blitar's reputation as a business grounded in Islamic values, thereby contributing to local economic growth.

Keywords: Digital Marketing, Bouquetq Blitar, Islamic Economy.