

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Efektivitas Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Minat Konsumen Ditinjau dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus CV Renta Jaya, Desa Sawo, Campurdarat, Tulungagung)” ini ditulis oleh Muchammad Aris Setia Budi, NIM 126402212112, dengan Pembimbing Dr. Deny Yudiantoro, S.AP., M.M.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Minat Beli, Etika Bisnis Islam

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penerapan pemasaran digital oleh suatu perusahaan dalam meningkatkan minat beli bagi konsumennya. Pada praktiknya, CV Renta Jaya sebagai perusahaan yang menerapkan pemasaran digital belum sepenuhnya mendapatkan konsumen dari kegiatan promosi yang dilakukan secara digital. Selain itu, CV Renta Jaya merupakan perusahaan yang menerapkan etika bisnis Islam kegiatan sehari-harinya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana penerapan pemasaran digital yang dilakukan oleh CV Renta Jaya, Desa Sawo, Campurdarat, Tulungagung dalam meningkatkan minat konsumen. 2) Bagaimana kendala yang dihadapi CV Renta Jaya dalam menerapkan pemasaran digital dalam upaya meningkatkan minat konsumen. 3) Bagaimana perspektif etika bisnis Islam dalam menilai penerapan pemasaran digital yang dilakukan oleh CV Renta Jaya, Desa Sawo, Campurdarat, Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Teknik yang digunakan untuk memeriksa keabsahan temuan adalah triangulasi teknik dan triangulasi sumber.

Hasil analisis dan temuan penelitian menunjukkan: 1) Penerapan pemasaran digital di CV Renta Jaya telah dilakukan secara sederhana dengan memanfaatkan beberapa media digital, terutama media sosial TikTok sebagai sarana utama promosi. Konten video yang menampilkan proses pemasangan batu alam secara nyata mampu menarik minat konsumen dan membangun kepercayaan, meskipun pemanfaatan media digital lain seperti website, search engine, email marketing, dan iklan berbayar masih belum optimal; 2) Kendala dalam penerapan pemasaran digital di CV Renta Jaya meliputi produk yang mudah ditiru, tingginya persaingan usaha, keterbatasan kreativitas dan sumber daya, ketergantungan pada teknologi dan jaringan internet, biaya awal yang relatif tinggi, serta karakteristik konsumen yang masih dominan melakukan pembelian secara offline. Kendala tersebut menyebabkan pemasaran digital lebih berfungsi sebagai media pengenalan dan informasi awal dibandingkan sebagai sarana transaksi utama. 3) Penerapan etika bisnis Islam dalam pemasaran digital di CV Renta Jaya telah berjalan dengan baik dan konsisten. Prinsip kesatuan, keseimbangan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, dan kebenaran tercermin dalam kejujuran penyampaian informasi, tidak adanya paksaan kepada konsumen, pemenuhan tanggung jawab pelayanan, serta

integrasi nilai ibadah dalam aktivitas kerja, sehingga mampu membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.

ABSTRACT

The thesis entitled “*The Implementation of Digital Marketing Effectiveness in Increasing Consumer Interest from the Perspective of Islamic Business Ethics (A Case Study of CV Renta Jaya, Sawo Village, Campurdarat, Tulungagung)*” was written by Muchammad Aris Setia Budi, Student ID 126402212112, under the supervision of Dr. Deny Yudiantoro, S.AP., M.M.

Keywords: Digital Marketing, Purchase Intention, Islamic Business Ethics

This research is motivated by the implementation of digital marketing by a company in an effort to increase consumer purchase intention. In practice, CV Renta Jaya, as a company that applies digital marketing, has not yet fully gained consumers through its digital promotional activities. In addition, CV Renta Jaya is a company that applies Islamic business ethics in its daily operations.

The research problems addressed in this study include: (1) How digital marketing is implemented by CV Renta Jaya, Sawo Village, Campurdarat, Tulungagung in increasing consumer interest; (2) The obstacles faced by CV Renta Jaya in implementing digital marketing to increase consumer interest; and (3) The perspective of Islamic business ethics in assessing the digital marketing practices carried out by CV Renta Jaya, Sawo Village, Campurdarat, Tulungagung.

This study employs a qualitative approach with a case study research design. Data collection techniques include observation, documentation, and interviews. Data analysis techniques consist of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The validity of the findings was ensured through technique triangulation and source triangulation.

The results and findings of the study indicate that: (1) The implementation of digital marketing at CV Renta Jaya has been carried out in a simple manner by utilizing several digital media, particularly TikTok social media as the main promotional platform. Video content displaying the real process of natural stone installation is able to attract consumer interest and build trust, although the use of other digital media such as websites, search engines, email marketing, and paid advertising remains suboptimal; (2) The obstacles in implementing digital marketing at CV Renta Jaya include easily imitated products, intense business competition, limited creativity and resources, dependence on technology and internet networks, relatively high initial costs, and consumer characteristics that still predominantly prefer offline purchasing. These constraints cause digital marketing to function more as a medium for introduction and initial information rather than as the primary transaction channel; and (3) The implementation of Islamic business ethics in digital marketing at CV Renta Jaya has been carried out well and consistently. The principles of unity, balance, free will, responsibility, and truth are reflected in honest information delivery, the absence of coercion toward consumers, fulfillment of service responsibilities, and the integration of worship values into work activities, thereby building consumer trust and loyalty.