

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH BERBASIS DIGITAL DALAM
UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI SAKHA BOUTIQUE (BUTIK
& BATIK)**



SKRIPSI

Diajukan

Kepada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Oleh:

Muhammad Nur Faiz

NIM. 21170060

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2025**

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH BERBASIS DIGITAL DALAM
UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI SAKHA BOUTIQUE (BUTIK
& BATIK)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi (S-1) Ekonomi Syari'ah

Oleh

MUHAMMAD NUR FAIZ

NIM. 21170060

Pembimbing:

Dr. Sri Hartono, S.E., M.M.

Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.Si., M.E.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia
Telp. (0352) 481124, Fax. (0352) 481796, e-mail: akademik@umpo.ac.id Website: www.umpo.ac.id
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT
(SK Nomor 77/SK BAN-PT/AL-PP/PT/IV/2020)

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 22 Juli 2025

Nugraheni Fitriah Reza Syakarna, S.Si., M.E. Ketua Penguji
NIK. 19680515 202007 14

Dr. Hudiarto, M.Pg.
NIK. 19640415 199609 12

Penguji I

Dr. Ferul Iman, Lc., M.Hi.
NIK. 19720204 201509 12

Penguji II

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah
Ponorogo



M. Nurul Huda, S.Pd.I., M.Pd.I.
NIK. 19630515 201709 12

Mengetahui,
Kepala Program Studi Ekonomi Syari'ah
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Adib Khussnul Rois, S.Pd.I., M.E.
NIK. 19910201 202303 13



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia
Telp (0352) 481124, Fax (0352) 461798, e-mail akademik@umpo.ac.id Website www.umpo.ac.id
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT
(SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

NOTA PERSETUJUAN MUNAQASYAH

Skripsi oleh Muhammad Nur Faiz ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Ponorogo, 16 Juni 2025

Pembimbing I,

Dr. Sri Hartono, S.E., M.M.

NIK. 19711230 202109 12

Ponorogo, 16 Juni 2025

Pembimbing I,

Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.Si., M.E.

NIK. 19880515 202007 14

Ponorogo, 16 Juni 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah,

Adib Khusnul Rois, S.Pd.I., M.E.

NIK. 19910201 202303 13



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jl. Budi Utomo No 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia
Telp (0352) 481124, Fax (0352) 461796, e-mail akademik@umpo.ac.id Website www.umpo.ac.id
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT
(SK Nomor 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Muhammad Nur Faiz
2. NIM : 21170060
3. Program Studi : Ekonomi Syari'ah
4. Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN SYARIAH BERBASIS
DIGITAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN
PENJUALAN DI SAKHA BOUTIQUE (BUTIK &
BATIK)
5. Pembimbing I : Dr. Sri Hartono, S.E., M.M.
6. Pembimbing II : Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.Si., M.E.
7. Daftar Konsultasi :

Tanggal	Paraf Pembimbing		Keterangan
	I	II	
20 Oktober 2024			Pengajuan Proposal
10 November 2024			Pengesahan Proposal
07 Mei 2025			Pengajuan BAB I, II, dan III
14 Mei 2025			Pengesahan BAB I, II, dan III
21 Mei 2025			Bimbingan Pedoman Wawancara
28 Mei 2025			Pengajuan BAB IV
04 Juni 2025			Pengajuan BAB IV dan V
11 Juni 2025			Revisi BAB IV dan V
18 Juni 2025			Pengesahan BAB IV dan V
25 Juni 2025			ACC Pembimbing I
02 Juli 2025			ACC Pembimbing II

Ponorogo, 02 Juli 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Sri Hartono, S.E., M.M.
NIK. 19711230 202109 12

Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.Si., M.E.
NIK. 19880515 202007 14



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia
Telp (0352) 481124, Fax (0352) 461706, e-mail akademik@umpo.ac.id Website www.umpo.ac.id
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT
(SK Nomor 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Nur Faiz

NIM : 21170060

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo, dengan Judul: **STRATEGI PEMASARAN SYARIAH BERBASIS DIGITAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI SAKHA BOUTIQUE (BUTIK & BATIK)** adalah hasil karya Saya sendiri, bukan "**duplikasi**" karya orang lain. Selanjutnya apabila dikemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo, tetapi menjadi tanggungjawab saya sendiri.

Demikian Surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Ponorogo, 12 Juni 2025

Hormat Saya,



Muhammad Nur Faiz

NIM. 21170060

MOTTO

وَتُجَاهِدُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Dan berjihadlah kamu di jalan Allah dengan hartamu dan jiwamu. Itulah yang terbaik bagimu jika kamu mengetahui.” (QS. At-Taubah: 41)

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

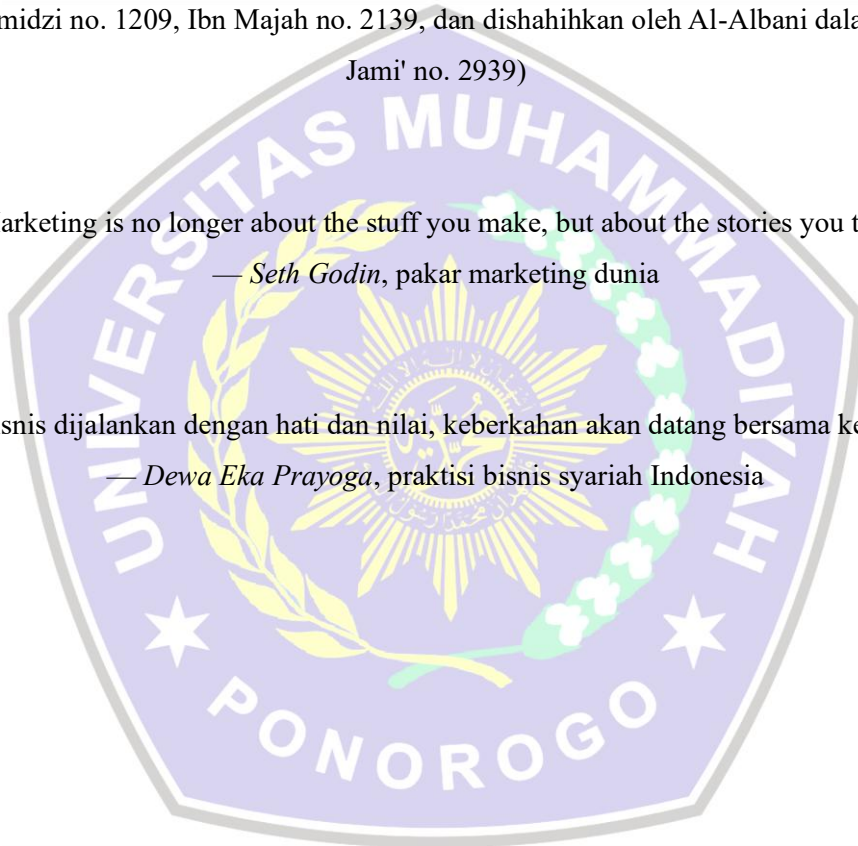
"Pedagang yang jujur dan *amanah* akan (dikumpulkan) bersama para nabi, *shiddiqin*, dan *syuhada*."
(HR. Al-Tirmidzi no. 1209, Ibn Majah no. 2139, dan dishahihkan oleh Al-Albani dalam Shahih al-Jami' no. 2939)

"Marketing is no longer about the stuff you make, but about the stories you tell."

— Seth Godin, pakar marketing dunia

"Ketika bisnis dijalankan dengan hati dan nilai, keberkahan akan datang bersama kesuksesan."

— Dewa Eka Prayoga, praktisi bisnis syariah Indonesia



PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur yang tulus, karya ini kupersembahkan kepada mereka yang menjadi alasan kuat dalam setiap langkahku, dan yang hadir dalam setiap doa dan perjuanganku:

1. Kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, Dzat Yang Maha Pemurah dan Maha Penyayang, yang telah memberikan nikmat kehidupan, ilmu, dan kesempatan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Tiada daya dan kekuatan melainkan dengan pertolongan-Nya.
2. Kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wasallam, sang pembawa cahaya, suri teladan dalam segala aspek kehidupan, semoga shalawat dan salam senantiasa tercurah atas beliau, keluarga, dan para sahabatnya.
3. Kepada kedua orang tuaku yang telah bersusah payah dalam melahirkan, membesarkan, dan menemani langkahku sejak aku belum bisa mengeja dunia; yang sabar mendidik, menuntun dalam diam, dan menanamkan nilai hidup sejak kecil tanpa pamrih; yang tak pernah letih berdoa dalam sepi, menyebut namaku dalam setiap sujud panjang malam kalian. Maafkan aku, jika sering membuat lelah hatimu dengan keluh kesah dan keras kepala yang tak layak, jika belum mampu membalas apa pun dari seluruh pengorbanan dan kasih yang tak pernah habis. Tanpa cinta yang kalian tanamkan dengan tulus, tanpa peluh perjuangan yang tak pernah kalian hitung, dan tanpa restu yang kalian titipkan dalam setiap doa—aku hanyalah butiran debu yang tak tahu arah. Semoga Allah membalas setiap peluh dan air mata kalian dengan kemuliaan, keberkahan, dan surga paling indah di sisi-Nya. Dan semoga aku diberi waktu dan kesempatan untuk menjadi anak yang kelak bisa membanggakan dan menemani kalian, hingga ke akhir kehidupan.
4. Kepada diriku sendiri, terima kasih telah bertahan sejauh ini, meski seringkali dunia terasa terlalu sunyi dan langkah begitu berat untuk diteruskan. Untuk setiap malam panjang yang kau lalui dalam kegelisahan, dengan kepala penuh pikiran dan hati yang nyaris patah; untuk air mata yang jatuh diam-diam dalam doa dan diam di sudut kamar; untuk keberanian memilih tetap berdiri saat ingin menyerah—aku bangga padamu. Terima kasih telah memilih melangkah, meski jalan di depan tak selalu terang, meski kadang kaki gemetar dan arah tak lagi jelas. Kau tidak sempurna, sering ragu, bahkan sering jatuh. Namun di balik semua itu, kau terus mencoba, terus percaya, bahwa setiap luka akan sembuh, bahwa setiap usaha tak akan sia-sia. Semoga ini bukan akhir dari perjuangan, melainkan awal dari perjalanan baru yang lebih dalam: untuk belajar lebih bijak, mengabdikan lebih tulus, dan hidup dengan lebih bermakna.

5. Kepada seluruh adik-adikku tercinta, yang selalu menjadi bagian dari semangatku untuk terus melangkah, yang hadir dengan tawa sederhana namun penuh makna, dan yang diam-diam menjadi alasan mengapa aku harus kuat dan belajar menjadi pribadi yang lebih baik setiap harinya. Terima kasih telah menjadi cahaya kecil yang meneduhkan di tengah riuh dan letih perjalananku. Doaku tak pernah putus untuk kalian—agar tumbuh menjadi insan yang lebih mulia, lebih tangguh, dan lebih bijak daripada diriku hari ini. Semoga kelak kalian mampu mengejar mimpi-mimpi besar kalian dengan langkah yang jujur, hati yang bersih, dan iman yang teguh.
6. Kepada pembimbing saya, Bapak Sri Hartono dan Ibu Nugraheni, yang dengan sabar dan tulus telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam membimbing penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu dan nasihat yang tidak hanya tertulis di buku, tetapi juga terpatrit dalam sikap dan keteladanan. Kepada penguji saya, Bapak Rudianto dan Bapak Nurul Iman, terima kasih atas arahan dan penilaian berharga yang telah membuka wawasan saya tentang arti ketelitian dan kesungguhan dalam berkarya. Kepada seluruh dosen, terima kasih atas ilmu dan bimbingan yang menjadi cahaya dalam proses pembelajaran saya. Juga kepada staf kampus, yang mungkin tak disebut satu per satu, namun kehadirannya sangat berarti—terima kasih atas kerja tulus dan bantuan yang tak terlihat tapi sangat saya rasakan. Semoga Allah membalas segala kebaikan kalian dengan pahala dan keberkahan yang tiada henti.
7. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan di bangku perkuliahan, yang telah mewarnai perjalanan akademik ini dengan kenangan, semangat, dan saling bantu dalam langkah menuju akhir yang bermakna.
8. Kepada almamater tercinta, tempat di mana aku tumbuh dan belajar tentang ilmu, kehidupan, dan makna pengabdian.
9. Kepada Bapak Widodo, selaku pemilik Sakha Boutiqu, yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian skripsi di usahanya. Terima kasih atas kebaikan, bantuan, dan keterbukaan yang sangat berarti bagi kelancaran proses penelitian ini.
10. Dan terakhir, kepada seluruh pihak yang telah terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, namun memiliki peran penting dalam penyelesaian karya ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal jariyah dan mendapat balasan terbaik dari Allah Swt.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘aalamin, segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya. Dengan penuh rasa syukur, peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Pemasaran Syariah Berbasis Digital dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Sakha Boutique (Butik & Batik)”, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Proses penelitian skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak. Oleh karenanya, peneliti ingin menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya disertai ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Katni, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Adib Khusnul Rois, S.Pd.I., M.E. selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Dr. Sri Hartono, S.E., M.M. dan Ibu Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.Si., M.E. selaku dosen pembimbing I dan II yang dengan sepenuh hati membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Dr. Rudianto, M.Ag. dan Bapak Nurul Iman Selaku penguji pada ujian siding Munaqosyah skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staf dilingkungan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah mendidik dan membimbing peneliti sehingga dapat menyelesaikan pendidikan Sarjana Strata Satu (S-1).
7. Keluarga besar Sakha Boutiqe yang telah mengizinkan dan membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teman teman seangkatan di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penulis juga menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang positif demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi penulis sendiri, dan secara umum bagi para pembaca serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Ponorogo, 02 Juli 2025

Muhammad Nur Faiz
NIM 21170060

ABSTRAK

Faiz, Muhammad Nur. Strategi Pemasaran Syariah Berbasis Digital dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Sakha Boutique (Butik & Batik). Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Pembimbing Bapak Dr. Sri Hartono, S.E., M.M. dan Ibu Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.Si., M.E.

Kata Kunci: Pemasaran Syariah, Digital Marketing, Peningkatan Penjualan, UMKM, Sakha Boutique.

Penelitian ini mengkaji strategi pemasaran syariah berbasis digital dalam upaya meningkatkan penjualan di Sakha Boutique (Butik & Batik) yang berlokasi di Jl. Pramuka Gg. II No.13, Ronowijayan, Mangunsuman, Kec. Siman, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63471. dengan latar belakang perkembangan usaha rajut yang digerakkan oleh ibu-ibu rumah tangga dan petani setempat. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini menganalisis penerapan prinsip pemasaran syariah dalam strategi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sakha Boutique telah berhasil mengimplementasikan pemasaran digital syariah dengan menjual produk halal dan thayyib, memanfaatkan media sosial untuk perluasan pasar, melakukan promosi secara jujur dan transparan, menetapkan harga yang adil sesuai kualitas, menjaga persaingan sehat secara islami, serta menjalankan distribusi barang dengan prinsip amanah, yang secara efektif berkontribusi pada peningkatan penjualan sekaligus penguatan citra merek sebagai bisnis yang beretika.

ABSTRAK

Faiz, Muhammad Nur. Digital-Based Sharia Marketing Strategy to Increase Sales at Sakha Boutique (Boutique & Batik). Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Studies, Muhammadiyah University of Ponorogo. Supervised by Dr. Sri Hartono, S.E., M.M. and Mrs. Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.Si., M.E.

Kata Kunci: Sharia Marketing, Digital Marketing, Sales Increase, MSMEs, Sakha Boutique.

This study examines a sharia-based digital marketing strategy to increase sales at Sakha Boutique (Boutique & Batik) located in Jl. Pramuka Gg. II No.13, Ronowijayan, Mangunsuman, Kec. Siman, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63471., against the backdrop of a growing knitting business run by local housewives and farmers. Using a descriptive qualitative approach through interviews, observation, and documentation, this research analyzes the implementation of sharia marketing principles in digital strategy. The results show that Sakha Boutique has successfully implemented sharia digital marketing by selling halal and thayyib products, utilizing social media for market expansion, conducting honest and transparent promotions, setting fair prices according to quality, maintaining healthy Islamic competition, and implementing product distribution with amanah principles, which effectively contributes to increasing sales while strengthening the brand image as an ethical business.

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DEPAN	i
JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN MUNAQOSYAH	iv
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Ruang Lingkup Penelitian	6
F. Definisi Istilah	6
1. Strategi Pemasaran Syariah	6
2. Pemasaran Digital (digital marketing)	6
3. Nilai-nilai Syariah	7
4. Platform Digital	7
5. Sakha Boutiqe	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Penelitian Terdahulu	8
B. Kajian Pustaka	10
1. Strategi Pemasaran	10

a.	Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
b.	Tujuan dan Fungsi Strategi Pemasaran.....	11
c.	Unsur-Unsur Strategi Pemasaran.....	12
d.	Strategi Pemasaran dalam Konteks UMKM.....	13
2.	Konsep Pemasaran Syariah.....	14
a.	Pengertian Pemasaran Syariah.....	14
b.	Tujuan dan Prinsip Pemasaran Syariah.....	15
c.	Pilar-Pilar Pemasaran Syariah.....	17
3.	Digital marketing (Pemasaran Berbasis Digital)	19
a.	Pengertian Digital marketing	19
b.	Ciri-Ciri dan Keunggulan Digital Marketing.....	21
c.	Saluran Media Digital yang Umum Digunakan	23
d.	Strategi Konten dan Engagement Digital	24
e.	Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan	25
4.	Integrasi Digital Marketing dengan Nilai Syariah.....	26
a.	Konsep Integrasi antara Teknologi dan Prinsip Syariah	26
b.	Praktik Pemasaran Digital yang Sesuai Syariah	28
c.	Contoh Strategi Syariah dalam Media Sosial	29
C.	Kerangka Berpikir Penelitian.....	30

BAB III KAJIAN PUSTAKA

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B.	Kehadiran Peneliti	33
C.	Lokasi Peneliti	33
D.	Sumber Data	34
1.	Data Primer.....	34
2.	Data Sekunder.....	34
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
1.	Observasi Partisipatif.....	34
2.	Wawancara Mendalam.....	35
3.	Dokumentasi.....	35
F.	Teknik Analisis Data.....	35
G.	Pengecekan Keabsahan Data	35
H.	Tahap-Tahap Penelitian.....	36
1.	Studi Pendahuluan dan Observasi Awal	36

2. Penyusunan Desain Penelitian.....	36
3. Persiapan Instrumen dan Pengumpulan Data	36
4. Analisis Data.....	36
5. Penyusunan Laporan Penelitian.....	36
BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian Sakha Boutiqe	37
B. Hasil Penelitian.....	38
1. Implementasi Strategi Pemasaran Syariah Berbasis Digital di Sakha Boutiqe	38
2. Penerapan Nilai-Nilai Syariah dalam Strategi Pemasaran Digital Sakha Boutiqe.....	42
3. Dampak, Kendala, dan Peluang Pemasaran Digital Syariah di Sakha Boutiqe.....	44
C. Pembahasan	46
1. Menjawab Rumusan Masalah Nomor 1	46
2. Menjawab Rumusan Masalah Nomor 2	48
3. Menjawab Rumusan Masalah Nomor 3	50
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Distribusi UMKM Kabupaten Ponorogo Berdasarkan Jenis Usaha Tahun 2021 2



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan kerangka pemikiran.....	31
Gambar 2. Screenshot Akun TikTok, Instagram, dan Facebook Sakha Boutiqe sebagai Implementasi Strategi Pemasaran Syariah Berbasis Digital.....	41
Gambar 3. Contoh Visual Promosi Produk yang Menerapkan Nilai-Nilai Syariah di Sakha Boutiqe.....	43
Gambar 4. Bukti Transaksi WhatsApp sebagai Dampak Pemasaran Digital Syariah di Sakha Boutiqe.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Surat Keterangan Plagiasi

Lampiran 3 Transkrip Wawancara

Lampiran 4 Transkrip Dokumentasi

Lampiran 5 Riwayat Hidup

