

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN
PENDAPATAN PADA UD. ALAME SAHLUL MUSAYYAR DI
KELURAHAN KOTA SIANTAR KECAMATAN PANYABUNGAN
KABUPATEN MANDAILING NATAL**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Perkuliahan Dan Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen*

Bisnis Syariah



Oleh :

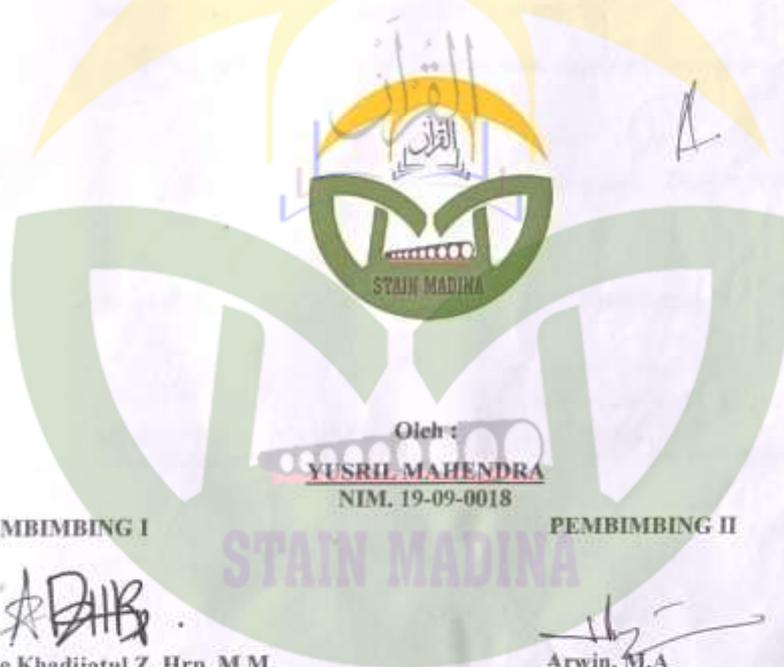
YUSRIL MAHENDRA
NIM. 19-09-0018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2023**

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN
PADA UD. ALAME SAHLUL MUSAYYAR DI KELURAHAN KOTA SIANTAR
KECAMATAN PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Perkuliahan Dan Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*



Oleh :

YUSRI MAHENDRA
NIM. 19-09-0018

PEMBIMBING I


Ade Khadijatul Z. Hrp, M.M
NIP. 198402032019082001

PEMBIMBING II


Arwin, M.A
NIP. 198512162019031007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL.
TAHUN 2023**

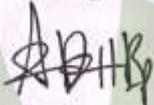
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulis skripsi atas nama saudari Yusrii Mahendra NIM: 19-09-0018 dengan judul skripsi "**Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan pada UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal**". Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan telah disetujui untuk di ajukan sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

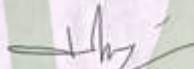
Panyabungan, Oktober 2023

Pembimbing I



Ade Khadijatul Z. Hrp, S.Pd, S.E, M.E.
NIP. 198402032019082001

Pembimbing II



Arwin, M.A
NIP. 19851216201903100

STAIN MADINA

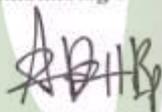
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulis skripsi atas nama saudari Yusril Mahendra NIM: 19-09-0018 dengan judul skripsi "**Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan pada UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal**". Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan telah disetujui untuk di ajukan sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, Oktober 2023

Pembimbing I



Ade Khadijatul Z. Hrp. S.Pd, S.E, M.E
NIP. 198402032019082001

Pembimbing II



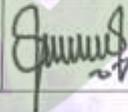
Arwin, M.A
NIP. 19851216201903100

STAIN MADINA

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul "Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UD. Alame Musayyar Di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Pamyabungan Kabupaten Mandailing Natal" a.n Yusril Mahendra, Nim : 19090018, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah telah di Munaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN) Pada Tanggal 13 Oktober 2023.

Demikian Persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan Dalam TIM	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Ade Khadijatul Z. Hrp, M.M NIP.198402032019082001	Ketua/ Merangkap Penguji I		16/10-23
2	Muhlisah Lubis, M.M NIP. 198804142019082001	Sekretaris/ Merangkap Penguji II		16/10-23
3	Arwin, M.A NIP. 198512162019031007	Penguji III		16/10-23
4	Vebri Sugiharto, M.M NIP. 198702082019031003	Penguji IV		16/10-23

Panyabungan, 15 Oktober 2023

Mengetahui

Ketua STAIN Mandailing Natal

Prof. Dr.  Muli Harahap, M.Ag
NIP. 195205211962019031002



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Yusril Mahendra**
Nim : 19090018
Semester / T.A : IX (Sembilan)/2023
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Tempat / Tgl Lahir : Hutasiantar, 28 September 1999
Alamat : Kota Siantar, Kec. Panyabungan
No. Telp/Hp : 083181222248

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :
"Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan pada UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal" adalah benar hasil karya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang di ambil dari sumbernya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang termuat di dalamnya.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan, Oktober 2023

Hormat Saya



Yusril Mahendra
NIM. 18010216

NOTA DINAS

Nomor : ..

Lampiran : 5 (Lima) Exp.

Perihal : Skripsi a.n Yusril Mahendra

Panyabungan, Oktober 2023

Kepada :

Yth. Bapak Ketua STAIN MADINA

di

Tempat

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n Yusril Mahendra yang berjudul " Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan pada UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN MADINA) Panyabungan.

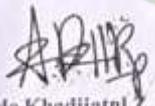
Untuk itu dalam waktu yang dekat kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

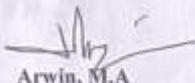
Demikian kami sampaikan, dan atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalam

Pembimbing I

Pembimbing II


Ade Khadijatul Z. Hrp, S.Pd, S.E, M.E
NIP. 198402032019082001


Arwin, M.A
NIP. 198512162019031007

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT Yang Maha Esa, atas segala berkah dan rahmatnya-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UD. Alame Sahlul Musayyar Di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.”**. Yang merupakan salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi strata satu (S-1) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tentunya banyak mendapatkan bantuan, dukungan dan motivasi serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak – pihak yang berkontribusi dalam pembuatan skripsi ini sejak awal hingga berbentuk skripsi yang utuh hingga selesai.

1. Yang teristimewa buat keluarga, terkhusus kepada Ayahanda saya tercinta Bapak Habib dan Ibunda saya Ramlah. Terimakasih yang terdalam saya ucapkan kepada ayah dan ibu saya hanya bisa berdo'a semoga ayahanda dan ibunda tercinta **senantiasa di beri kesehatan dan panjang umur** sampai dapat melihat saya sukses dimasa depan nantinya Aamiinn, abang dan kakak senantiasa diberi kesehatan serta kebahagiaan selalu menyertai.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Ketua STAIN MADINA.
3. Bapak Dr. H. Dedisyah Putra, Lc,M.A selaku Wakil Ketua 1.
4. Bapak Dr. H. Kasman, M.A selaku Wakil Ketua 2.
5. Ibu Dr. Irma Suryani Siregar, M.A selaku Wakil 3.
6. Bapak Andy Hakim, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
7. Ibu Rizka Ar Rahmah M.E selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

8. Ibu Ade Khadijatul Z. Hrp, M.Mselaku Dosen pembimbing I skripsisaya yang telah memberikan arahan, masukan, bantuan dan pembelajaran selama mengerjakan skripsi.
9. Arwin, M.E selaku dosen pembimbing akademik juga Dosen pembimbing II skripsi saya yang telah memberikan arahan, masukan, bantuan dan pembelajaran selama mengerjakan skripsi.
10. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen prodi Manajemen Bisnis Syariah.
11. Bapak/ Ibu staf pegawai di lingkungan STAIN MADINA yang telah membantu setiap urusan administrasi selama ini.
12. Kepada Kepala Pimpinan UD, Alame Sahlul Musayyar Di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Ibu Nawaroh, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di tempat UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan.
13. Terimakasih Kepada adinda tercantik Rezky Syahreni Lubis yang selalu mendukung dalam kelancaran skripsi ini, terimakasih atas dukungannya dan pengorbanan dalam mencari referensi untuk skripsi ini serta kebaikan dan support yang tak terlupakan, *Thanks* adinda.
14. Ucapan terimakasih untuk kawan-kawan seangkatan Skripsi, Bahrul Ulum dan Alfiansyah, semangat perjuangan masih panjang kawan-kawan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk menyempurnakan proposal skripsi ini. Semoga proposal skripsi ini dapat disusun sehingga berbentuk skripsi yang seutuhnya dan yang bermanfaat bagi penulis maupun pembaca dalam meningkatkan mutu pendidikan di masa yang akan datang. Akhir kata penulis ucapkan Terimakasih.

Panyabungan, Oktober 2023



Penulis

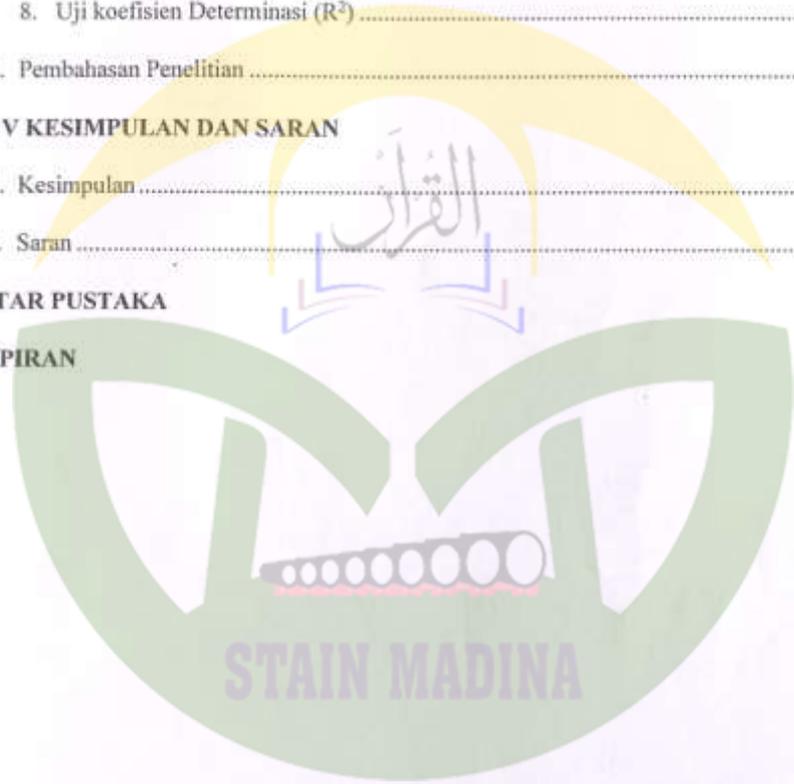
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR PENGESAHAN ACC SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGUJI	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
LEMBAR NOTA DINAS	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTACT	x
BAB I :PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7

3. Uji Reliabilitas	39
4. Uji Normalitas	40
5. Uji Heteroskedastisitas	41
6. Uji Analisis Regresi Sederhana	42
7. Uji Parsial (uji t)	43
8. Uji koefisien Determinasi (R^2)	44
C. Pembahasan Penelitian	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	49
B. Saran	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



G. Defenisi Operasional Variabel.....	8
---------------------------------------	---

BAB II : KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori.....	10
1. Pemasaran Digital	10
2. Pengaruh Pemasaran Digital.....	19
3. Upaya Penerapan Pemasaran Digital	22
B. Penelitian yang Relevan.....	23
C. Kerangka Berpikir.....	25
D. Hipotesis	25

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Teknik Analisis Data.....	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	34
1. Lokasi penelitian	34
2. Sejarah Singkat Berdirinya UD. Alame.....	34
3. Struktur Organisasi	35
B. Hasil Penelitian.....	35
1. Deskripsi Responden	35
2. Uji Validitas.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 25



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 tabel Pendapatan UD. Alame tahun 2017-2021	5
Tabel 4.2 Pekerjaan Responden.....	36
Tabel 4.3 Usia Responden	36
Tabel 4.4 Pendapatan Responden	37
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Uji Validitas Pemasaran Digital	37
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Uji Validitas Peningkatan Pendapatan	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas pemasaran digital*	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas Peningkatan Pendapatan	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linear Sederhana	43
Tabel 4.10 Hasil Uji t (Parsial).....	44
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	44

MOTO

“Pengalaman adalah guru terbaik”

“sekali terjun dalam perjalanan jangan pernah mundur sebelum meraihnya, yakin usaha sampai. Karena sukses itu harus melewati banyak proses, bukan hanya menginginkan hasil akhir dan tahu beres tapi harus selalu *keep on progress*. Meskipun kenyataannya banyak hambatan dan kamu pun sering dibuat stres percayalah tidak ada jalan lain untuk meraih sukses selain melewati yang namanya proses”

القرآن
PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin. Karya ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini.

Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tiada terhingga kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda dan Ibunda, ketulusannya dari hati atas doa yang tak pernah putus, semangat yang tak ternilai, Kasih sayang dan pengorbanan yang tidak tergantikan sehingga saya selalu kuat dalam menjalani setiap rintangan.

Terimakasih Ayah... Terimakasih Ibu...

ABSTRAK

YUSRIL MAHENDRA,19090018. **Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UD. Alame Sahlul Musayyar Di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh pemasaran digital terhadap peningkatan pendapatan UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, dan penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui upaya-upaya apa saja yang diterapkan UD. Alame Sahlul Musayyar untuk menerapkan pemasaran digital untuk meningkatkan pendapatannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen dari UD. Alame Sahlul Musayyar yang menjadi langganan UD. Alame Sahlul Musayyar yang berada di daerah kelurahan kota siantar dan juga dari berbagai daerah lainnya. Sampel pada penelitian ini 50 responden. Analisis data menggunakan uji t diperoleh hasil t-hitung 20,600 dan t-tabel 1,676 pada taraf signifikansi sebesar 0,000. Maka t hitung > t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UD. Alame Sahlul Musayyar Di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa digital marketing berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UD. Alame Sahlul Musayyar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Hal ini dibuktikan oleh pemilik usaha dagang Alame setelah memutuskan untuk menggunakan pemasaran digital melalui media sosial dapat memperluas lingkungannya.

Kata Kunci: Pengaruh Pemasaran Digital, Peningkatan Pendapatan

ABSTRACT

YUSRIL MAHENDRA, 19090018. **The effect of digital marketing on increased UD income. Alame Sahlul Musayyar in Kota Siantar Village, Panyabungan District, Mandailing Natal Regency.**

This study aims to find out how the effect of digital marketing on increased UD income. Alame Sahlul Musayyar in Kota Siantar Village, Panyabungan District, Mandailing Natal Regency. And this research also aims to find out what efforts are implemented by UD. Alame Sahlul Musayyar to implement digital marketing to increase revenue. The population used in this study is consumers from UD. Alame Sahlul Musayyar who was a subscription to UD. Alame Sahlul Musayyar who is in the area of Kota Siantar Village and also from various other regions. The sample in this study was 50 respondents. Data analysis using the t test obtained T-count results of 20,600 and T-table 1,676 at a significance level of 0,000. Then $t_{count} > t_{table}$. This shows that there is an influence of digital marketing on increased income on UD. Alame Sahlul Musayyar in Kota Siantar Village, Panyabungan District, Mandailing Natal Regency.

Based on the research results, it can be concluded that the role of leadership style has a significant influence on improving the performance of the State Civil Service, especially in order to improve the organization.

Keywords: Influence of Digital Marketing, Increased Income

STAIN MADINA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi. Pada tahun 2015, Indonesia berada di peringkat 4 pengguna internet terbesar di Asia . Dengan perkembangan internet, informasi tersedia untuk publik lebih cepat. Di Indonesia, terdapat 143 juta pengguna internet yang waktu pemakaiannya lebih dari tujuh jam, terhitung 26,48 persen. Waktu penggunaan internet sesuai dengan jam kerja karyawan. Artinya, masyarakat saat ini bergantung pada perkembangan teknologi dan perkembangan internet, meskipun Indonesia merupakan pengguna keenam dunia. Penggunaan media sosial telah memantapkan dirinya sebagai salah satu alternatif pelaksanaan pemasaran. Ini telah menjadi cara bagi pemasar untuk menawarkan informasi dan pemasaran kepada pengguna media sosial. Bisnis yang memasarkan produk dan jasa melalui media *online* dikenal dengan istilah *e-marketing* (pemasaran digital). Pemasaran elektronik adalah bagian dari pemasaran yang terdiri dari upaya perusahaan untuk berkomunikasi, mengiklankan, dan menjual barang dan jasa melalui Internet.

Pemasaran berbasis media sosial adalah bentuk pemasaran digital yang menggunakan platform sosial dan situs jejaring untuk mempromosikan produk atau layanan organisasi melalui kendaraan berbayar dan tidak berbayar. Strategi pemasaran berbasis media sosial dapat menjadi peluang dalam menjual suatu produk untuk meningkatkan pendapatan. Pemasaran berbasis media sosial adalah strategi pemasaran untuk mempromosikan dan merekomendasikan merk menggunakan media elektronik. Pemasaran digital dapat dicapai konsumen secara tepat waktu, pribadi dan berhubungan dengan. Saat itu, jejaring sosial menjadi alat pemasaran berbasis teknologi. Banyak Media sosial terus meningkat dan bertambah fitur yang memungkinkan pengguna pasar produk. Contoh *Facebook* dan *instagram* memiliki fitur iklan untuk pengguna profesional. Fitur Ini memungkinkan pedagang penyebaran informasi. Karena ada begitu banyak

platform media sosial, memilih yang tepat untuk bisnis adalah salah satu kunci sukses dengan strategi pemasaran

Menurut *Chaffey* (2015) *Digital marketing* adalah penerapan teknologi untuk memperoleh objek pemasaran sebagai jawaban atas proses manajemen untuk mengidentifikasi, mengantisipasi, dan memenuhi yang dibutuhkan pelanggan dalam mode yang menguntungkan.

Pemasaran digital adalah pemasaran yang waktu ini banyak diminati oleh pelaku usaha untuk mendukung aktivitasnya, hal ini juga dimanfaatkan lembaga amil untuk menghimpun dana ZIS. Dengan digital marketing, penghimpunan dapat menjangkau lebih luas lagi. Sehingga pemasaran ini harus sejalan dengan syariat Islam sesuai [Qs An-Nisa 58]

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.*”

Pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses itu, individu dan kelompok individu mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran dan secara bebas bertukar produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Para pemasar harus menyeimbangkan antara kepuasan konsumen, kepentingan publik dan laba perusahaan.

Pemasaran ialah ujung tombak dalam menunjang suatu bisnis, melalui marketing yang tepat maka bisnis akan maksimal. Dibutuhkan upaya tiada henti mulai dari peluncuran produk baru, masa kemajuan, tercatat banyak saat mengembangkan produk baru, tercatat ekspansi pasar, hingga saat bisnis menghadapi kelesuan keberadaan pemasaran adalah salah satu kegiatan krusial dalam dunia usaha untuk meningkatkan pendapatan. Seiring dengan

perkembangan internet pelaku usaha peka pada perubahan teknologi sehingga memanfaatkan media internet sebagai sarana pemasaran *online*. Pemasaran dengan konsep baru ini dapat membantu pelaku usaha menjangkau daerah pemasaran ke seluruh dunia dengan lebih cepat dan akurat. Strategi pemasaran *online* serta penerapannya dalam dunia perdagangan yang dilakukan di internet sekarang sudah semakin berkembang. Penelitian bertujuan melihat seberapa jauh keterkaitan pengaruh pemasaran online yang sudah dilakukan oleh pelaku usaha terhadap peningkatan penjualan.

Hasil penelitian diketahui bahwa dengan adanya perkembangan teknologi sekarang pelaku melakukan pemasaran *online* agar dapat dengan lebih cepat menempati posisi terdepan menawarkan produknya dan supaya memenangkan persaingan antar pesaing. Pemasaran *online* sebagai alternatif cara efektif dan akan berdampak besar terhadap peningkatan penjualan. Pemasaran digital merupakan teknologi media kreasi baru menerapkan basis data saluran distribusi maupun konsumen secara individual, efisiensi beban dan makin memaksimalkan waktu. Menekankan pelanggan sasaran interaktif dan mengubah potensial menjadi pelanggan yang setia.

Berdasarkan hasil penelitian, Ada beberapa media sosial yang bisa menjadi bagian dari pemasaran digital, seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *website*, dan lainnya. Facebook merupakan media sosial yang paling sering banyak dikunjungi oleh penggunanya. UD Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal saat ini melakukan jual beli camilan khas Mandailing Natal yaitu Alame yang merupakan makanan tradisional Mandailing yang terbuat dari gula merah, tepung beras ketan dan Santan kelapa yang di masak sampai mengental. Alame juga sering disebut Dodol Mandailing. Tradisi memasak Alame biasanya ramai saat Bulan puasa sebagai makanan untuk merayakan hari raya idul fitri. Pengrajin Alame di Panyabungan menjadikan Alame sebagai mata pencaharian yang pemasarannya tembus hingga Malaysia. Karena sudah menjadi salah satu jenis usaha di daerah Mandailing Natal dan semakin berkembangnya zaman yang serba digital sehingga pemasaran dilakukan dengan media sosial seperti contoh *facebook* untuk memasarkan produk

Alame tersebut. Usaha ini dimulai dari sebuah usaha rumah tangga dan mengandalkan peralatan yang seadanya, dan tenaga kerja yang membantu dalam kegiatan usaha ini adalah anggota keluarga. Awal mulanya berdirinya usaha ini pada tahun 2016 dengan cara mempromosikan usahanya dengan cara menitipkan di warung-warung yang menjual berbagai oleh-oleh khas Mandailing Natal. Konsumen yang menjadi pelanggan UD. Alame Sahlul Musayyar pada saat itu berkisar 80 orang/ perminggu, Karena terbukti hasilnya memuaskan pelanggan, sehingga usaha ini pun terus berkembang, dan seiring berkembangnya era teknologi, akhirnya UD Alame Sahlul Musayyar mempromosikan dodol khas Mandailing Natal dengan menggunakan strategi pemasaran berbasis media sosial. UD Alame Sahlul Musayyar mempromosikan produk nya melalui facebook pada Juli tahun 2020 dengan harga Rp. 10.000/bungkus .

UD Alame Sahlul Musayyar awalnya menggunakan fitur facebook yaitu dengan cara mempromosikan Produk di Story facebook, namun seiring berjalan waktu facebook dari UD Alame ini memiliki banyak pengikut. Dikarenakan hal itu, UD Alame mempromosikan produk alame dengan mengunggah foto tampilan dari dodol (alame) khas mandailing tersebut di fitur beranda *facebook*. UD Alame Sahlul Musayyar secara bertahap terus berkembang yang mengakibatkan bertambahnya pelanggan dari media sosial tersebut, sehingga UD Alame Sahlul Musayyar semakin berkembang hingga saat ini.

Dengan menggunakan pemasaran digital berbasis media sosial, UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal dapat menjual produk ataupun jasa melalui *online* dan berdagang secara langsung yaitu pelanggan bisa datang ke tempat usaha. Sebelum UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal melakukan penerapan berbasis sosial media, pendapatan yang diterima biasanya \pm 30 bungkus /hari dengan harga alame Rp. 10.000/bungkus. Namun dengan menerapkan strategi media sosial marketing yaitu menggunakan facebook sebagai media promosi UD. Alame Sahlul Musayyar mengalami peningkatan pendapatan dari sebelumnya (2021), Hal ini berdampak positif selain dapat menjadi insentif bagi pengembangan dan

keberlanjutan kewirausahaan, pengenalan produk yang dirasa sangat mudah dengan biaya yang terjangkau juga dapat mempromosikan produk tersebut yang tidak hanya dinikmati oleh warga sekitar namun berkembang ke luar daerah seperti kota Bukittinggi, Padang, Medan, Sibolga dan lain-lain.

Dari hasil observasi awal dengan Bapak Pemilik UD. Alame Sahlul Musayyar populasi dari UD. Alame sahlul Musayyar \pm 100 konsumen yang dimana merupakan konsumen langganan dari berbagai daerah terutama panyabungan sekitar.

Dari hasil penelitian tersebut, maka disajikan data pendapatan seperti pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1
Pendapatan UD. Alame Sahlul Musayyar
Periode tahun 2017 – 2021

No	Tahun	Total Pendapatan (Rp)
1	2017	100.000.000
2	2018	220.000.000
3	2019	380.000.000
4	2020	270.000.000
5	2021	400.000.000

Sumber : UD. Alame Sahlul Musayyar

Dari tabel di atas menjelaskan bahwa Pendapatan UD. Sahlul Musayyar mengalami peningkatan dan juga dapat mengalami penurunan pendapatan. Hal ini terjadi karena banyaknya penjual alame di daerah setempat. Maka dari itu UD. Sahlul Musayyar menggunakan media sosial sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan di era pesaing pasar.

Media sosial adalah alat pemasaran digital yang paling mudah digunakan. Berbagai aktivitas para pelaku usaha kecil hingga skala besar memanfaatkan teknologi untuk memajukan usahanya. Fakta menarik dari strategi pemasaran digital atau *Online* adalah jangkauan yang sangat luas, apa artinya? para pelaku dapat memasarkan produk dan jasanya ke seluruh pelosok Indonesia dan luar negeri. Ini menjadi keunggulan yang tidak dapat pada konsep pemasaran langsung atau *offline*. Tentu, dengan pangsa pasar yang sangat besar, UD Alame

Sahlul memiliki peluang atau harapan untuk bisa menyelesaikan permasalahan peningkatan usaha Namun demikian, dalam memasarkan produk tidak semudah berucap, banyak faktor yang harus diperhatikan. Fakta ini harus segera ditindak lanjuti dalam bentuk adaptasi bisnis, yakni dengan mendirikan toko secara digital di *marketplace* yang ada atau membuat akun *online shop* menggunakan aplikasi contohnya adalah *facebook*.

Dari uraian di atas penulis ingin mengetahui lebih mendalam permasalahan ini dalam judul **“Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi Masalah merupakan bagian dari proses penelitian dapat dipahami sebagai upaya untuk mendefinisikan masalah dan menjadikan definisi tersebut lebih terukur sebagai langkah awal dalam penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Pemasaran Digital (Media Sosial) Terhadap Kurangnya Minat Beli Konsumen
2. Untuk Mengetahui Pendapatan UD Alame Sahlul Musayyar Sebelum dan Sesudah menggunakan Sosial Media sebagai media promosi Pemasaran Digital
3. Untuk Mengetahui Upaya Yang Dilakukan UD. Alame Sahlul Musayyar Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Pemasaran Digital

C. Batasan Masalah

Batasan masalah sebagai batasan terhadap ruang lingkup suatu permasalahan agar penelitian bisa fokus pada satu penelitian, tidak menyimpang ke arah yang lain dan mendapatkan hasil yang maksimal . Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas maka akan dilakukan pembatasan masalah yang diteliti. Penelitian ini dibatasi pada Batasan masalah digunakan agar penelitian dilaksanakan tidak menyimpang ke arah lain yang keluar dari penelitian dan mendapatkan hasil yang maksimal. Batasan masalah ini membantu peneliti untuk tetap pada permasalahan yang diteliti. Batasan yang

digunakan peneliti adalah Pengaruh Pemasaran Digital (Media Sosial) Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

D. Rumusan Masalah

Rumusan

masalah adalah suatu masalah penelitian yang dijelaskan melalui proses penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan pada uraian yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Pemasaran Digital (Media Sosial) Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal ?
2. Bagaimana upaya penerapan Pemasaran Digital (Media Sosial) terhadap peningkatan pendapatan UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal ?

E. Tujuan Penelitian

Adapun dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh seberapa baik pemasaran digital (media sosial) terhadap peningkatan pendapatan UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya untuk menerapkan Pemasaran Digital (media sosial) terhadap peningkatan pendapatan UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan hasil dari kegunaan penelitian, baik untuk mengembangkan program penelitian maupun kepentingan ilmu pengetahuan. Penelitian dilakukan untuk meningkatkan pemahaman kita. Manfaat penelitian menjadi salah satu bagian penting untuk dituliskan dalam laporan hasil penelitian, karena kita dapat memberikan informasi yang relevan bagi orang yang membaca penelitian kita. Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, untuk menambah ilmu pengetahuan berkaitan tentang pemasaran digital(media sosial) yang diterapkan dalam upaya menarik minat konsumen .
2. Secara praktis, sebagai bahan kajian dan pemikiran lebih lanjut bagi semua pihak yang berkepentingan untuk mengetahui dan memahami tentang pemasaran digital yang dilakukan Penjual Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal . Dan bagi pihak penjual Alame Sahlul Musayyar untuk mengetahui tanggapan masyarakat tentang produk makanan Alame tersebut. Selain itu, untuk memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengevaluasi kinerjanya guna memperbanyak pelanggan sehingga dapat dijadikan sebagai masukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

G. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan cara peneliti dalam menguraikan variable yang sedang atau akan diteliti. Pada umumnya terdapat berbagai alternative dalam pengukuran variable. Saat peneliti telah menentukan metode yang akan dilaksanakan dalam penelitian, maka pada saat dirumuskan pada semua narasi akan berubah menjadi defenisi operasional. Yang dimana variable X “ Promosi” dan variabel Y “Pendapatan”.

1. Pengaruh Pemasaran Digital (X)

Adapun yang dimaksud dengan Pemasaran Digital adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Ada 4 bagian-bagian utama konsep pemasaran, yang dikenal sebagai Istilah Konsep Marketing yaitu:

- a. Produk (Product)
- b. Harga (Price)
- c. Tempat (Place)
- d. Promosi (Promotion)

2. Peningkatan Pendapatan (Y)

Adapun yang dimaksud dengan Peningkatan pendapatan adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang melalui adanya peningkatan daya beli untuk membiayai kebutuhan sehari-hari baik kebutuhan dasar, kebutuhan sosial. Pendapatan meningkat maupun menurun secara nyata berhubungan erat dengan kebutuhan hidup dalam pemenuhannya. Peningkatan Pendapatan Masyarakat dengan menerapkan pemasaran digital karena dilihat dari Kemajuan teknologi membuat masyarakat lebih mudah memperoleh informasi. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menjadi peningkatan pendapatan usaha dengan strategi pemasaran digital.

