STRATEGI PENGEMBANGAN PENJUALAN PRODUK *HANDICRAFT* BERBASIS *E-COMMERCE* DI PONDOK PESANTREN SALAF TAHFIDZUL QUR'AN AL ARIFIYAH PEKALONGAN

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S. E.)

Oleh:

TEGUH IRAWAN
NIM. 40122055

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

TAHUN 2026

STRATEGI PENGEMBANGAN PENJUALAN PRODUK *HANDICRAFT* BERBASIS *E-COMMERCE* DI PONDOK PESANTREN SALAF TAHFIDZUL QUR'AN AL ARIFIYAH PEKALONGAN

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S. E.)

Oleh:

TEGUH IRAWAN
NIM. 40122055

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Teguh Irawan

NIM : 40122055

Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 10 Oktober 2026

Yang Menyatakan,



Teguh Irawan

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdra. Teguh Irawan

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama	:	Teguh Irawan
NIM	:	40122055
Judul Skripsi	:	Strategi Pengembangan Penjualan Produk Handicraft Berbasis E-Commerce di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 13 Oktober 2026
Pembimbing,

Dr. Hj. Siti Aminah Cintago, M.Si
NIP. 196809072006042001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID
PEKALONGAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari :

Nama	:	**Teguh Irawan**
NIM	:	**40122055**
Judul Skripsi	:	**Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al-Arifiyah Pekalongan**
Dosen Pembimbing	:	**Dr. Hj. Siti Aminah Caniago, M.S.I.**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 21 Oktober 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji;

Penguji I	Penguji II
Muhamad. Masrur, M.E.I.	**Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I.**
NIP. 197912112015031001	**NIP. 199002122019031006**

Pekalongan, 26 Oktober 2026
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 19780616200312100

MOTTO

(زيادة الخير بعد الخير)

"Bertambahnya kebaikan setelah melakukan kebaikan"

~Imam Al Ghazali~

Jalani, Nikmati, Syukuri.

"Setiap Tempat Adalah Sekolah, Setiap Orang Adalah Guru"

~Teguh Irawan~

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, dengan segala puji dan rasa syukur kupanjatkan kepada Allah swt yang sudah melimpahkan anugerah serta petunjuk Nya, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik serta tepat pada waktunya. Sebagai bentuk penghargaan dan ungkapan rasa syukur, saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang memiliki peranan penting dalam hidup saya, sebagai bentuk penghargaan dan ucapan terima kasih, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua Orang Tua saya, Bapak Tori dan pintu surgaku Ibu Wasti Beliau memang tidak pernah merasakan pendidikan hingga bangku kuliah namun beliau mampu mendidik penulis sampai dititik ini. Beliau yang senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang tiada batas. Terima kasih telah menjadi alasan penulis terus melangkah meski lelah, dan menjadi tempat pulang ternyaman saat dunia terasa berat. Terimakasih karena tidak pernah menuntut dan selalu mendukung apapun yang menjadi pilihan anakmu. Skripsi ini adalah hadiah kecil dari anakmu, untuk membayar sebagian kecil dari pengorbanan Bapak dan Ibu yang tak terhitung.
2. Kelima Kakak saya, Aisyah Eliawati, Tuti Ernawati, Samsul Aldiansyah, Siti Nurlayla, Eka Fransiska. Terima kasih telah menjadi pelindung tanpa diminta dan pendengar setia tanpa banyak bertanya di sela-sela kesibukannya. Terimakasih selalu percaya dan meyakinkan ketika penulis sedang merasa lelah. Semoga apa yang kucapai ini bisa menjadi salah satu hal yang membuatmu bangga punya adik sepertiku.
3. Kepada keponakanku Widia Agista, Aldi Satria, Naya Rahmatika, David Saputra, Savana, Michella Alendra Kiana. Terimakasih telah hadir ditengah-tengah keluarga yang selalu menjadi penyemangat dan penghibur disaat penulis sedang merasakan lelahnya menyelesaikan skripsi ini, semoga kalian menjadi anak yang sukses dan bermanfaat bagi orang disekitarmu.
4. Diri saya sendiri, Teguh Irawan, Bukan tentang siapa yang paling cepat ini tentang siapa yang bisa bertahan sampai akhir, Terimakasih telah memilih untuk tidak menyerah meski rasanya ingin berhenti di tengah jalan. Terima kasih telah percaya proses yang lambat tetap lebih baik daripada diam di tempat.

5. Kepada Dosen pembimbing skripsi, Dr. Hj. Siti Aminah Caniago, M.Si. Terimakasih telah membimbing, mengarahkan, memberi masukan dan saran serta meluangkan waktunya hingga skripsi ini selesai.
6. Kepada Sofianti Tri lestari S.Pd. Kupersembahkan karya sederhana ini untukmu yang tidak hanya hadir sebagai tempat berlabuh, tetapi juga menjadi partner terbaik dalam suka dan duka penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk ikut membantuku merangkai bab demi bab. Terima kasih sudah membersamaiku melewati lelahnya proses ini dengan senyuman dan kesabaran yang sungguh luar biasa.
7. Kepada RXS, Konco Lawas, terimakasih telah memberikan Semangat bersedia berbagi pengetahuan, menjadi pendengar keluh kesah penulis.

ABSTRAK

TEGUH IRAWAN. Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan

Pemanfaatan *e-commerce* membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar, termasuk usaha kerajinan tangan (*handicraft*) santri di pesantren. Namun, penjualan melalui Shopee menghadapi persaingan antarpenjual, perubahan algoritma, serta keterbatasan waktu, tenaga, dan keterampilan digital pengelola. Penelitian ini mengkaji strategi pengembangan penjualan produk *handicraft* di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi pengembangan penjualan produk *handicraft* berbasis *e-commerce*, mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambatnya, serta mengidentifikasi dampak penerapan strategi tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara semi terstruktur dengan empat informan (pengurus pesantren, pengelola UMKM, pengelola toko Shopee, dan santri pengrajin), serta dokumentasi. Keabsahan data diuji dengan triangulasi sumber, teknik, dan waktu, kemudian data dianalisis menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dijalankan melalui Shopee dengan tiga produk, yaitu sampul kain perca, kaligrafi modern sebagai produk unggulan, dan kerajinan foto atau bingkai. Strategi mencakup penetapan harga berdasarkan biaya bahan dan harga pesaing, penyajian foto asli, promosi melalui iklan, voucher, dan gratis ongkos kirim, serta sistem *pre-order*. Faktor pendukung meliputi keunikan produk religius, dukungan pesantren, dan jangkauan pasar Shopee, sedangkan faktor penghambat meliputi keterbatasan waktu, tenaga, modal, keterampilan digital, serta persaingan harga. Analisis SWOT menunjukkan kombinasi strategi SO dan WO paling sesuai. Strategi tersebut berdampak pada peningkatan penjualan secara bertahap, perluasan pasar hingga luar kabupaten, kenaikan pendapatan dua sampai tiga kali lipat, serta tumbuhnya keterampilan digital dan kemandirian santri.

Kata kunci: Strategi Penjualan, *Handicraft*, *E-Commerce*, Shopee, Pesantren

ABSTRACT

TEGUH IRAWAN. ***E-Commerce-Based Sales Development Strategy for Handicraft Products at Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan.***

The utilization of e-commerce opens opportunities for UMKM to expand their markets, including handicraft businesses run by santri (Islamic boarding school students). However, sales via Shopee face challenges such as competition among sellers, algorithm changes, and limitations regarding the managers' time, manpower, and digital skills. This study examines the sales development strategy for handicraft products at Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan. It aims to describe the e-commerce based sales development strategy, identify supporting and inhibiting factors, and determine the impact of implementing said strategy.

This study employs a field research design with a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation, semi-structured interviews with four informants (boarding school administrators, UMKM managers, Shopee store managers, and santri artisans), and documentation. Data validity was verified through triangulation of sources, techniques, and time, followed by analysis using the SWOT method.

*The results indicate that the strategy is implemented via Shopee featuring three products: patchwork covers, modern calligraphy (the flagship product), and photo crafts or frames. The strategy encompasses pricing based on material costs and competitor prices, the use of original product photos, promotional activities (ads, vouchers, and free shipping), and a pre-order system. Supporting factors include the uniqueness of the religious-themed products, institutional support from the boarding school, and Shopee's market reach; conversely, inhibiting factors include limitations in time, manpower, capital, and digital skills, as well as price competition. SWOT analysis reveals that a combination of SO (Strengths-Opportunities) and WO (Weaknesses-Opportunities) strategies is the most suitable approach. The strategy resulted in a gradual increase in sales, market expansion beyond the regency, a two- to threefold rise in revenue, and the development of digital skills and self-reliance among the *santri* (Islamic boarding school students).*

Keywords: sales strategy, handicraft, e-commerce, Shopee, Islamic boarding school

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam penulis curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya dinantikan di hari akhir kelak. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan. Semoga dengan adanya hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan sumbangsih bagi para pembaca. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

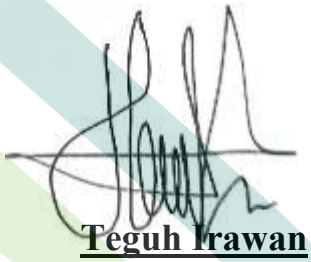
1. Bapak Prof. Dr. H. Zainal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M Ag., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dr. Hj. Siti Aminah Caniago, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi.
6. Dr. Hj. Siti Aminah Caniago, M.Si. selaku Dosen Penasihat Akademik (DPA).
7. Pihak keluarga besar Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan yang telah banyak membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan.
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
9. Teman-teman dan pihak lain yang yang telah banyak membantu saya

dalam menyelesaikan dan memberikan motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 10 Oktober 2026

Penulis



Teguh Irawan

40122055

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ..... **ii**
NOTA PEMBIMBING ..... **iii**
PENGESAHAN ..... **iv**
MOTTO ..... **v**
PERSEMBAHAN ..... **vi**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
TRANSLITERASI PEDOMAN ..... **xiv**
DAFTAR TABEL ..... **xx**
DAFTAR GAMBAR ..... **xxi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Pembatasan Masalah 4
D. Tujuan Penelitian 5
E. Manfaat Penelitian 5
F. Sistematika Pembahasan 6
BAB II LANDASAN TEORI **7**
A. Landasan Teori 7
B. Telaah Pustaka. 14
C. Kerangka Berpikir 21
BAB III METODE PENELITIAN **24**
A. Jenis Penelitian 24
B. Pendekatan Penelitian 24
C. Setting Penelitian 24
D. Subjek Penelitian 25

E. Sumber Data 25
F. Teknik Pengumpulan Data 25
G. Teknik Keabsahan Data 28
H. Metode Analisis Data. 28
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN **31**
A. Gambaran Umum Lokasi / Subjek Penelitian 31
B. Data dan Pembahasan 33
BAB V PENUTUP **50**
A. Simpulan 50
B. Saran 52
DAFTAR PUSTAKA **53**
LAMPIRAN ..... **I**

TRANSLITERASI PEDOMAN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Trasliterasi yang digunakan dalam skripsi ini yaitu menggunakan pedoman Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaaan R1 No. 158/1997 dan No. 0543 b/U/1987. Transliterasi Arab-Latin dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih huruf, dari Arab ke Latin dan sebaliknya. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf huruf Latin beserta perangkatnya. Berikut Transliterasi Arab-Latin yang dimaksud:

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dzal	D	De
ذ	Ẑal	ẑ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	’ ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

   Vocal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	keterangan
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

   Vocal rangkap dalam Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Keterangan
...ـَي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
...ـَو	Fathah dan wawu	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya be.rupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
...ى	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ- qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta'Marbutah hidup

   Ta'marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta'Marbutah mati

   Ta'marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu dipisah, maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

   Contoh:
   - رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
   - الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah
     al-madīnatul munawwarah
   - طَلْحَةْ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:
- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Conoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn

  Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan

huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn
  Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ — Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا — Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Pustaka…… 14
Tabel 4.1 Matriks SWOT Penjualan *Handicraft* melalui Shopee… 46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 22
Gambar 4.1 Profil Ppstq Al Arifiyah Pekalongan 31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian dari Fakultas/Program Studi I
Lampiran 2 Surat Keterangan telah melakukan penelitian dari lokasi II
Lampiran 3 Pedoman Observasi III
Lampiran 4 Pedoman Wawancara IV
Lampiran 5 Dokumentasi.....XVII
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup..... XX

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada masa kini telah menimbulkan pergeseran besar pada banyak bidang, tidak terkecuali bidang ekonomi dan perdagangan. Proses digitalisasi menuntut para pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan model pemasaran daring agar usahanya tetap kompetitif dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas (Laudon & Traver, 2021). Salah satu wujud nyata dari kemajuan tersebut adalah lahirnya berbagai platform *e-commerce* yang mempermudah transaksi jual beli secara *online*. *Marketplace* seperti Shopee kini menjadi sarana yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memasarkan produknya. Dengan memanfaatkan platform tersebut, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah dengan biaya pemasaran yang jauh lebih hemat dibandingkan cara konvensional. Hal ini memberikan peluang besar bagi UMKM, termasuk usaha kerajinan tangan (*handicraft*), untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas jaringan bisnis (Kementerian UMKM, 2025).

Sebelum era digital berkembang, kegiatan pemasaran UMKM, termasuk usaha kerajinan tangan (*handicraft*), umumnya masih bertumpu pada cara-cara konvensional, seperti penjualan dari mulut ke mulut, pemajangan produk di toko fisik, serta keikutsertaan dalam pameran atau bazar lokal (Dayanti dkk., 2024). Cara pemasaran seperti ini memiliki beberapa kelemahan, di antaranya jangkauan pasar yang terbatas, ketergantungan pada faktor lokasi, kurangnya data mengenai selera konsumen, serta biaya promosi yang relatif tinggi namun kurang efektif untuk menjangkau pembeli di luar daerah. Akibatnya, banyak produk UMKM yang sebenarnya memiliki nilai jual tinggi tidak dapat berkembang secara optimal karena terbatasnya akses informasi dan pasar (Khusna, 2022). Setelah hadirnya teknologi digital dan platform *e-commerce*, kondisi tersebut mengalami perubahan yang cukup signifikan

UMKM kini dapat memasarkan produknya tanpa dibatasi ruang dan waktu, menjangkau konsumen secara lebih luas melalui *marketplace*, serta memperoleh data dan umpan balik konsumen secara lebih cepat

untuk mengembangkan strategi penjualan. Selain itu, biaya promosi yang dahulu dianggap besar kini dapat ditekan melalui pemasaran digital yang lebih terukur dan efisien (Kristanti, Setiawati, 2018). Perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pemanfaatan digital ini menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan peluang besar bagi UMKM *handicraft* untuk berkembang, meski di sisi lain turut memunculkan tantangan baru yang perlu ditelaah lebih jauh, terutama pada UMKM yang berada di lingkungan pesantren seperti Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan.

Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan selaku lembaga pendidikan keagamaan memiliki peluang ekonomi melalui aktivitas kewirausahaan santri, khususnya dalam bidang kerajinan tangan (*handicraft*). Produk yang dihasilkan tidak sekadar barang bernilai ekonomis, tetapi merupakan kreasi santri yang lekat dengan kehidupan pesantren. Secara umum, produk UMKM *handicraft* di pesantren ini terdiri atas tiga jenis. Pertama, sampul berbahan kain perca, yaitu produk yang memanfaatkan sisa kain menjadi barang bernilai guna, sekaligus mencerminkan sikap hemat dan tidak menyia-nyiakan bahan yang masih bermanfaat. Kedua, kaligrafi modern, yaitu karya seni tulis Arab yang memadukan kaidah kaligrafi dengan tampilan yang lebih kekinian, dengan muatan ayat Al-Qur'an, doa, maupun kalimat *thayyibah* yang dekat dengan keseharian santri. Ketiga, kerajinan yang dijadikan foto atau bingkai, yaitu hiasan dan bingkai bernuansa religius yang dapat dimanfaatkan sebagai pajangan maupun cendera mata.

Kekhasan pesantren pada ketiga produk tersebut terletak pada nuansa religius dan nilai-nilai kesederhanaan yang melekat pada karyanya, serta pada proses pembuatannya yang dilakukan oleh santri di sela kegiatan mengaji dan menghafal Al-Qur'an. Dengan demikian, produk *handicraft* pesantren memiliki daya tarik yang berbeda dari kerajinan pada umumnya, karena membawa identitas santri dan pesantren yang dapat menjadi nilai jual tersendiri. UMKM *handicraft* pesantren memanfaatkan Shopee sebagai satu-satunya platform *e-commerce* dalam menjual produknya. Penentuan satu platform ini memungkinkan penelitian berjalan lebih terfokus dan mendalam. Meski demikian, penggunaan *marketplace* tidak terlepas dari berbagai tantangan (Zakaria dkk., 2025).. Tingginya ersaingan antar penjual, sistem algoritma yang

mengutamakan produk dengan penilaian dan penjualan tinggi, serta biaya administrasi dan komisi yang dikenakan platform sering kali menjadi kendala bagi UMKM skala kecil. Identitas produk yang bersifat lokal, unik, dan bernilai religius pun berpotensi kurang terekspos di tengah banyaknya produk serupa di platform yang bersifat massal dan kompetitif (Febi & Sitompul, 2023).

Ketertarikan peneliti terhadap objek ini didasarkan pada tiga alasan. Pertama, pesantren ini termasuk pesantren salaf yang berpegang pada pengajian kitab klasik sekaligus pesantren tahfidz Al-Qur'an, sedangkan kajian kewirausahaan pesantren lebih banyak menyoroti pesantren modern seperti Pondok Modern Darussyahid (Shafwan, 2021). Santri yang waktunya terutama dicurahkan untuk mengaji dan menghafal tetapi mampu menjalankan usaha daring merupakan kasus yang menarik untuk ditelaah. Kedua, produk yang dihasilkan memiliki kekhasan, yaitu nuansa religius dan nilai kesederhanaan yang melekat pada karyanya, serta proses pembuatan oleh santri di sela kegiatan mengaji dan menghafal Al-Qur'an. Dengan demikian, produk ini membawa identitas santri dan pesantren yang dapat menjadi nilai jual tersendiri dibandingkan kerajinan pada umumnya. Ketiga, usaha ini tergolong baru, sehingga strategi penjualannya masih berkembang, sementara hasil usahanya dimanfaatkan untuk operasional pesantren dan membantu santri yang keluarganya kurang mampu. Kondisi tersebut menjadikan Pondok Pesantren Al Arifiyah objek yang tepat untuk melihat bagaimana strategi penjualan *e-commerce* dijalankan dan apa dampaknya bagi usaha, santri, dan pesantren (Dhofier, 2011).

Keberhasilan penjualan melalui Shopee tidak hanya ditentukan oleh keberadaan toko daring, tetapi juga oleh strategi penjualan yang diterapkan, mulai dari pemilihan produk unggulan, penetapan harga, penyajian foto dan deskripsi produk, promosi, hingga layanan kepada konsumen. Untuk memetakan strategi tersebut secara menyeluruh, penelitian ini menggunakan analisis SWOT, yaitu dengan mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang berasal dari internal UMKM, serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang berasal dari lingkungan eksternal. Hasil analisis SWOT ini diharapkan memunculkan gambaran yang jelas tentang posisi UMKM

handicraft pesantren sekaligus alternatif strategi penjualan yang dapat ditempuh (Anggrain dkk., 2025).

Untuk memastikan kajian mengenai strategi penjualan tersebut menghasilkan data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi dalam pengujian keabsahan data. Triangulasi tersebut mencakup triangulasi sumber, yakni membandingkan keterangan dari pengelola UMKM, santri yang terlibat langsung dalam produksi, serta pihak yang mengelola toko Shopee, triangulasi teknik, yakni membandingkan hasil wawancara, pengamatan, dan dokumentasi serta triangulasi waktu, yakni memeriksa data pada waktu dan kondisi yang berlainan untuk memastikan temuan tetap konsisten (Fikri dkk., 2025).

Oleh sebab itu, perlu dilakukan telaah yang lebih mendalam tentang bagaimana strategi penjualan melalui Shopee diterapkan dan dapat dioptimalkan dalam mengembangkan penjualan produk *handicraft* di lingkungan pesantren. Dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut, peneliti memilih untuk melakukan penelitian yang mengangkat judul **"Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan".**

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada paparan latar belakang diatas, permasalahan utama pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan?
3. Bagaimana dampak Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan pemaparan masalah yang ditemukan oleh peneliti, agar penelitian dapat dilakukan dengan baik dan tujuan yang jelas, peneliti membatasi ruang lingkup masalah tersebut pada:

1. Penelitian ini hanya membahas penjualan produk kerajinan tangan (*handicraft*) yang dibuat oleh UMKM di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan.
2. Penelitian ini hanya fokus pada penggunaan satu platform *e-commerce*, yaitu Shopee, tanpa membahas *marketplace* lain.
3. Analisis strategi menggunakan analisis SWOT yang dibatasi pada aspek penjualan melalui Shopee.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan.
2. Mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan.
3. Mengidentifikasi dampak Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan.

E. Manfaat Penelitian

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi, baik dari sisi teoritis maupun praktis, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk menambah wawasan pembaca sekaligus menjadi acuan arah dan langkah dalam melakukan penelitian sejenis. Hasil kajian ini nantinya dapat dijadikan bahan pertimbangan terkait Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan.
2. Manfaat Praktis
   a. Bagi Santri

      Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan dan pemahaman para santri mengenai Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok

Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan.

b. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman kepada pengusaha tentang Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan berguna bagi peneliti-peneliti lain, bukan hanya dari segi informasi mengenai Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis *E-Commerce* Di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan, melainkan juga memberikan gambaran praktik penerapannya di lapangan. Dengan demikian, peneliti lain dapat memanfaatkan hasil kajian ini sebagai pijakan untuk melanjutkan penelitian ke arah yang lebih bermanfaat.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam memberikan gambaran secara singkat tentang isi dan kerangka penulisan skripsi yang akan mermberikan pemahaman dan kemudahan bagi peneliti dan pembaca dalam mencermati isi skripsi. Sistematika pembahasan tersebut, antara lain:

Bab I Pendahuluan yang meliputi Latar belakang masalah, Rumusan masalah, Pembatasan masalah, Tujuan dan manfaat Penelitian.

Bab II Landasan Teori yang meliputi Landasan teoritik dan telaah Pustaka.

Bab III Metode Penelitian yang meliputi jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, dan metode analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan meliputi hasil penelitian dan pembahasan.

Bab V Penutup yang meliputi simpulan dari hasil penelitian dan saran.

BAB V
PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV mengenai Strategi Pengembangan Penjualan Produk *Handicraft* Berbasis E-*Commerce* di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan, dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan penjualan produk *handicraft* berbasis *e-commerce* di pesantren dijalankan dengan memanfaatkan Shopee sebagai satu-satunya *platform* penjualan. Platform ini dipilih melalui musyawarah karena dinilai sebagai wadah penjualan terbesar dan mudah dipelajari oleh santri. Usaha yang dirintis sejak tahun 2024 dan berjualan secara daring sejak awal tahun 2025 ini memasarkan tiga jenis produk, yaitu sampul berbahan kain perca, kaligrafi modern, dan kerajinan foto atau bingkai, dengan kaligrafi modern sebagai produk unggulan. Harga ditetapkan dengan menyesuaikan biaya bahan baku dan membandingkannya dengan harga pesaing di Shopee, tanpa ikut dalam perang harga. Foto dan deskripsi produk disajikan secara asli dengan menonjolkan keunikan buatan santri. Promosi dilakukan melalui iklan Shopee, voucher toko, gratis ongkos kirim, promo tanggal kembar, dan status WhatsApp, sedangkan layanan konsumen dijalankan dengan komunikasi yang santun serta pembacaan ulasan pembeli untuk memperbaiki deskripsi produk. Pesanan dikelola melalui sistem *pre-order*, verifikasi oleh admin, pencatatan penjualan, dan evaluasi setiap bulan. Seluruh langkah tersebut telah mencakup unsur strategi manajemen dan strategi bisnis fungsional, dengan kekuatan utama berupa perpaduan antara keunikan produk religius dan nilai amanah pesantren.
2. Faktor pendukung strategi ini meliputi keunikan dan nuansa religius produk buatan santri, harga yang kompetitif, dukungan pesantren berupa *modal* awal, tempat usaha, dan jaringan *Wi-Fi*, dukungan alumni dan santri, pelatihan serta pengaturan jadwal santri, penggunaan foto asli, jangkauan pasar yang luas melalui pencarian Shopee, tren produk religius, fitur promo Shopee, peningkatan citra pesantren, dan rencana pengembangan usaha. Adapun faktor

penghambatnya meliputi keterbatasan waktu dan tenaga karena prioritas santri tetap mengaji, keterampilan digital yang masih terbatas dengan pengelolaan toko yang bergantung pada satu sampai tiga santri pengurus, keterbatasan modal, peralatan foto yang masih sederhana, pemanfaatan fitur promosi yang masih terbatas pada promo bawaan Shopee, persaingan harga yang ketat, perubahan algoritma Shopee, serta kenaikan biaya dan potongan *platform*. Berdasarkan matriks SWOT, strategi yang paling sesuai adalah kombinasi strategi SO dan WO, yaitu memanfaatkan keunikan produk untuk menjangkau pasar dan fitur promo Shopee, sekaligus mengatasi keterbatasan tenaga dan keterampilan digital melalui pembentukan tim khusus santri senior dan pemanfaatan fitur seperti siaran langsung. Strategi ST dan WT berfungsi sebagai pengaman, yakni menjaga kualitas dan kejujuran di tengah persaingan serta mengendalikan produksi melalui sistem *pre-order*.

3. Penerapan strategi tersebut memberikan dampak pada beberapa aspek. Pada volume penjualan, pengelola menyatakan terjadi peningkatan secara bertahap, sementara santri pengrajin menilai jumlah pesanan yang dikerjakan bersifat kondisional. Pada jangkauan pasar, pembeli yang semula hanya berasal dari kalangan santri dan alumni kini datang dari berbagai daerah di luar kabupaten, seperti Tegal, Brebes, dan Pemalang, disertai adanya pembeli ulang. Pada pendapatan, pengelola menyebut peningkatan dua sampai tiga kali lipat, yang dibagi 60 persen untuk operasional pondok dan 40 persen sebagai bonus *santri*, serta santri pengrajin memperoleh keringanan pembayaran biaya bulanan. Pada sumber daya santri, usaha ini menumbuhkan keterampilan digital *marketing*, fotografi, manajemen keuangan, dan kemandirian. Selain itu, penjualan daring membantu meningkatkan citra pesantren sebagai lembaga yang tidak hanya menjadi tempat mengaji, tetapi juga kreatif.

Dengan demikian, penjualan produk *handicraft* melalui Shopee di Pondok Pesantren Salaf Tahfidzul Qur'an Al Arifiyah Pekalongan tidak hanya berfungsi sebagai upaya memperluas penjualan, tetapi juga sebagai sarana pendidikan kewirausahaan bagi santri yang tetap berpegang pada nilai-nilai pesantren.

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pengelola UMKM dan pengurus pesantren, disarankan segera merealisasikan pembentukan tim khusus dari santri senior atau lulusan Alfiyah untuk mengelola Shopee, disertai pelatihan keterampilan digital dan proses regenerasi agar pengelolaan toko tidak bergantung pada satu sampai tiga santri saja. Peralatan dan teknik pemotretan perlu ditingkatkan, fitur promosi seperti siaran langsung dan iklan perlu dimanfaatkan lebih luas, serta pencatatan penjualan perlu dirapikan sebagai dasar evaluasi bulanan. Pesantren juga perlu menjaga kualitas produk dan nilai amanah sebagai pembeda, sambil mengembangkan produk baru yang mengikuti tren tanpa mengganggu waktu mengaji santri.
2. Bagi santri, disarankan memanfaatkan kesempatan belajar dalam produksi, fotografi, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan untuk mengembangkan kemandirian dan jiwa wirausaha, dengan tetap menjaga keseimbangan antara kegiatan mengaji dan kegiatan usaha.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan memperluas jumlah informan dengan melibatkan konsumen dan seluruh santri pengrajin, menambahkan data catatan penjualan agar dampak strategi dapat dibuktikan secara lebih terukur, melakukan pengumpulan data pada rentang waktu yang lebih panjang, serta mengkaji platform lain atau menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh strategi terhadap penjualan.