

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Di era globalisasi yang serba instan seperti saat ini telah banyak perubahan-perubahan yang terjadi, kebutuhan untuk selalu berhubungan sudah menjadi kebutuhan pokok manusia tanpa memperhitungkan lagi dimensi ruang, jarak, waktu dan situasinya. Dalam sejarah perkembangannya, upaya manusia untuk menyelenggarakan hubungan jarak jauh sudah berlangsung sejak lama seiring pesatnya perkembangan, yaitu terjadi sekitar abad 20-an ditandai dengan majunya teknologi elektronika.<sup>1</sup>

Munculnya sebuah alat komunikasi yaitu berupa telepon seluler atau yang sering disebut dengan “HP” (*handphone*) menjadi sebuah alat komunikasi yang banyak dimiliki oleh berbagai kalangan. Mulai dari kalangan bawah sampai kalangan atas, dari anak kecil hingga lanjut usia. Tidak ada khalayak yang menolak dengan adanya benda berbentuk persegi panjang ini yang dipuja oleh berbagai kalangan.

Masyarakat pada umumnya memiliki tabiat dan watak yang menginginkan sesuatu yang sederhana, instan dan cepat dengan adanya *handphone* yang dikemas sederhana dan dapat dibawa kemanapun dapat membantu meringankan pekerjaan manusia. Saat ini model *handphone* telah berganti menjadi model *handphone* dengan berbagai fasilitas-fasilitas (*fitur-fitur*) canggih yang ada didalamnya semua terdapat pada *smartphone* (ponsel

---

<sup>1</sup> Bambang Eka Purnama, “Sistem Informasi Kartuhalo Dari Telkomsel Berbasis Komputer Multimedia Kajian Strategis Praktis Telkomsel Divisi Surakarta,” *Journal Speed: Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi.*, Volume 2 No 1 – 2010 – *ijns.org*.

cerdas) yaitu jenis *handphone* yang memiliki kemampuan lebih tinggi daripada *handphone* biasa karena mempunyai kegunaan yang lebih canggih.<sup>2</sup>

Dalam *smartphone* terdapat beberapa penggunaan fungsi yang dapat dijalankan layaknya komputer, biasanya sering disebut dengan aplikasi. Aplikasi *smartphone* dapat dijalankan sesuai dengan keinginan penggunanya. Pengguna sebagai konsumen yaitu setiap perilaku manusia yang berkaitan dengan kata memakai, menggunakan, penikmat, pemanfaat, pemakan, peminum, penerima, pendengar, pemirsa, disebut dengan konsumen.<sup>3</sup>

Salah satu aplikasi yang menarik perhatian banyak orang yaitu aplikasi *cashtree*. *Cashtree* merupakan sistem telepon genggam yang mengubah layar kunci pada ponsel pintar (*smartphone*) menjadi bentuk promosi untuk iklan dan konten berita. Menggunakan aplikasi *cashtree*, pengguna ponsel akan mendapat keuntungan berupa *cash* yang dapat dikumpulkan dan ditukar dengan pulsa. Di lain sisi, *cashtree* juga membantu para pengiklan untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif dan efisien.

Efektif dan efisien berkaitan dengan proses pengembangan pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan produk yang mempunyai ciri spesifik, namun memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>4</sup> Dimana tanpa ada yang memasarkan konsumen tidak akan mengetahui kebutuhan apa yang diinginkan. *Cashtree* merupakan aplikasi yang tujuannya untuk menjangkau banyak konsumen karena merupakan

---

<sup>2</sup> Nekie Jocom, "Peran *Smartphone* Dalam Menunjang Kinerja Karyawan Bank Prismadana (Studi Pada Karyawan Bank Prismadana Cabang Airmadidi)," *Journal: Acta Diurna*. Vol I. No. 1. Th. 2013.

<sup>3</sup> Mulyadi Nitisusanto, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Alfabeta CV, 2013), 24.

<sup>4</sup> *Ibid.*, 128.

target utama pembisnis dengan cara melakukan pengiklanan atau pemasaran dengan menggunakan strategi khusus dalam prosesnya.

Aplikasi *cashtree* mempunyai syarat dan ketentuan bagi penggunanya, agar memudahkan sebelum mendownload. Syaratnya yaitu jenis *smartphone* dalam versi androidnya harus di atas versi 2.3 dan untuk mendukung untuk semua provider di Indonesia mulai dari axis, flexi, indosat (mentari dan m3), smartfren, telkomsel (Simpati dan AS), three (3), dan XL yang dapat melakukan verifikasi. Bisa mendapatkan pulsa setelah melakukan *installasi*, sukses memverifikasi nomor *handphone* dan menjalankan misi sesuai peraturan. Pengguna *cashtree* akan mendapatkan pulsa dan hadiah gratis dari berbagai aktivitas/aksi baik melalui membuka kunci, dari pendataan jaringan, hadiah dari *event*, mendownload aplikasi tertentu dan mengunjungi situs rujukan.<sup>5</sup>

*Cashtree* meluncurkan versi terbaru pada Rabu, 16 Maret 2017 di Pong Me Cafe, Jalan Gunawarman 37, Jakarta Selatan. *Cashtree* yang merupakan sistem telepon genggam yang mengubah kunci pada layar ponsel pintar (*smartphone*) menjadi bentuk promosi untuk konten iklan dan berita. Sebuah aplikasi periklanan pada android ini merupakan salah satu sistem telepon genggang yang cukup terkenal di Indonesia dengan jumlah dasar pengguna telah mencapai tujuh juta orang dan jumlah dasar pengiklan mencapai hampir seratus perusahaan yang meliputi agen iklan, media *online*,

---

<sup>5</sup> PG Blog, "Fakta tentang *Cashtree* aplikasi pulsa gratis android", dalam <http://pulsagratiscashtree.blogspot.co.id/2016/02/fakta-tentang-cashtree-aplikasi-pulsa.html>. diakses tanggal 02/03/2017 .

media sosial, *e-commerce*, pasar *online*, aplikasi *games*, layanan *fintech*, penjual *retail*, dan operator telekomunikasi.<sup>6</sup>

Ada 3 fitur tambahan yang ditawarkan oleh *cashtree*, fitur tambahan yang pertama adalah *pop-up* merupakan bentuk iklan *online* berbasis lokasi dengan notifikasi yang dapat dengan mudah diklik, memberikan nilai lebih bagi pengiklan daripada hanya sekedar iklan dalam bentuk teks SMS. Fitur kedua ini dapat menjangkau lebih banyak pengguna dan memberi lebih banyak manfaat yaitu berupa tampilan berbagai macam iklan secara *online*, terinspirasi dari model pemasaran *word-of-mouth*. Fitur yang terakhir berupa fitur *games* yang menarik dan menyenangkan menjadi salah satu alasan kuat agar konsumen setia menggunakan aplikasi *cashtree*.

Adanya fasilitas-fasilitas tambahan di *cashtree* menjadikan semakin banyak yang menggunakan *cashtree*, faktor utama yang menjadikan aplikasi *cashtree* melonjak adalah sistem pengiklanan dan pemasarannya yang bagus serta melibatkan banyak media *online*. Salah satu fitur tambahan terinspirasi dari model pemasaran *word-of-mouth* (dari mulut ke mulut) yang banyak manfaatnya dan efisien.

Keuntungan *cashtree* tidak hanya dirasakan oleh para pelaku industri periklanan seluler, jangkauannya meluas ke seluruh pelaku dalam ekosistem seluler, karena peran strategis di dalamnya. *Cashtree* akan terus menambah jumlah pengiklan baru agar model bisnis ini terus berkelanjutan.

---

<sup>6</sup> Globalnews.co.id, "Cashtree Luncurkan Kembali Aplikasi untuk Solusi Nyata dan Praktis bagi Pengguna Internet Seluler di Indonesia", dalam <http://globalnews.co.id/2017/03/17/cashtree-luncurkan-kembali-aplikasi-mudah-untuk-solusi-nyata-dan-praktis-bagi-pengguna-internet-seluler-di-indonesia/>. Diakses pada tanggal 08 Juni 2017.

Bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktivitas pemasaran. Sebab pemasaran merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan atas program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, untuk memenuhi kebutuhan perseorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi.

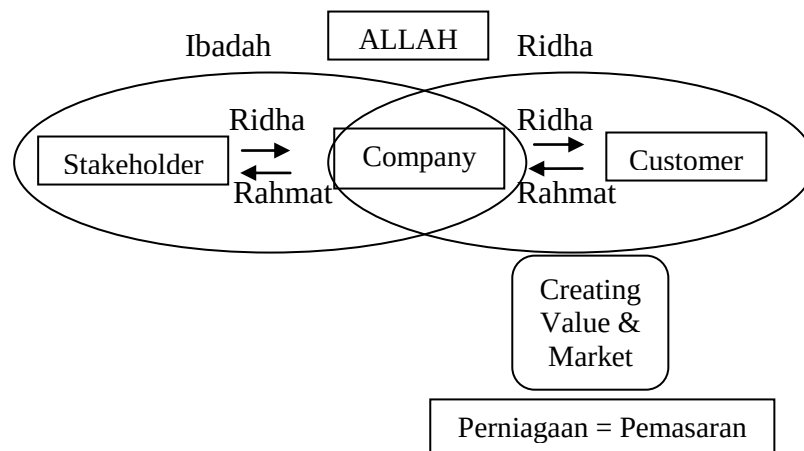
Orientasi pemasaran terpusat pada pasar atau pelanggan, karena pasar merupakan mitra sasaran dan sumber penghasilan yang dapat mendukung dan menghidupi pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu, orientasi pada kepuasan pelanggan terletak pada segala aktivitas pemasaran. Kepuasan pelanggan adalah kondisi saling ridha dan saling memberi rahmat antara pembeli dan penjual atas transaksi yang dilakukan. Keridhaan membuat pelanggan tetap loyal terhadap produk perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.<sup>7</sup>

Dalam bisnis Islami kerangka pemasaran digambarkan sebagai berikut :<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 80.

<sup>8</sup> *Ibid.*, 81.



Gambar 1.1 Kerangka Pemasaran Bisnis Islami

Pemasaran dalam Islam semata-mata mencari keridhaan Allah dengan semua aktivitasnya berjalan sesuai syariat Islam, serta merupakan salah satu ibadah kepada Allah SWT. Berusaha menjalankan firman-Nya dan mengikuti sunnah Rasulullah terutama dalam berbisnis. Rasulullah seorang pembisnis, dalam setiap proses transaksinya sesuai dengan ketentuan syariah dan terpelihara dari hal-hal yang dilarang dalam Islam.

*Syariah marketing* adalah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*-nya, serta dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.<sup>9</sup> Proses seperti inilah yang diharapkan dalam *cashtree*, sehingga dapat terlihat jelas pemasaran yang ada di *cashtree* yang tersebar luas di tengah masyarakat karena format iklan yang ditampilkan disesuaikan kebiasaan target pasar yang

<sup>9</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Penerbit Mizan, 2006), 62.

secara tidak langsung telah membuat masyarakat terperosok dalam transaksi dan praktik yang mendatangkan kemudharatan.

Hal demikian yang menyebabkan peneliti ingin meneliti lebih dalam tentang sistem pengiklanan yang ada di dalam *cashtree*, dikarenakan belum dapat dipastikan pengiklanan dan pemasarannya sesuai dengan *marketing syariah*. Berdasarkan dari latar belakang dan permasalahan yang akan diambil, maka penelitian ini mengambil judul **“ANALISIS PEMASARAN BERBASIS ANDROID DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH PADA APLIKASI CASHTREE (PULSA DAN HADIAH GRATIS)”**

#### **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang penelitian di atas, dapat dirumuskan rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis yaitu :

1. Bagaimana mekanisme pada aplikasi *cashtree* ?
2. Bagaimana analisis pemasaran berbasis android dalam perspektif marketing syariah pada aplikasi *cashtree* ?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme pada aplikasi *cashtree* ?
2. Untuk mengetahui bagaimana analisis pemasaran berbasis android dalam perspektif marketing syariah pada aplikasi *cashtree* ?

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

### 1. Bagi Pembaca/Mahasiswa

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi penelitian bagi peneliti baik yang akan melakukan penelitian, maupun yang sedang melakukan penelitian.

### 2. Bagi Peneliti

Penelitian ini akan menambah pengetahuan dalam melaksanakan penelitian, dapat menambah ilmu baru sekaligus merupakan suatu latihan penulisan ilmiah dalam menyelesaikan studi di perguruan tinggi.

### 3. Bagi Pengguna *Cashtree*

Diharapkan dengan adanya penelitian ini menjadikan masukan bagi pengguna aplikasi *cashtree* dalam mendapatkan pulsa dan hadiah gratis dengan melihat unsur-unsur pemasaran syariah dan menjelaskan pentingnya pemasaran syariah.

## E. Kajian Pustaka

Berdasarkan apa yang telah peneliti lakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan dapat dijelaskan bahwa penelitian ini tidak memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini termasuk kategori penelitian yang baru, menjadi lumrah bila tidak ada kesamaan dengan penelitian sebelumnya.

## F. Metode Penelitian

Pada dasarnya metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>10</sup> Cara sistematis

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 3.

yang digunakan penelitian dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam proses identifikasi dan penjelasan berbagai fenomena yang sedang diteliti dan dianalisis. Dalam mengelola skripsi ini peneliti menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, penelitian yang hasil temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Metode kualitatif dapat memberikan perincian yang lebih kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kuantitatif. Proses penelitian kualitatif ditujukan untuk menghasilkan temuan yang benar-benar bermanfaat sehingga memerlukan perhatian yang serius terhadap berbagai hal yang dipandang perlu.<sup>11</sup>

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” untuk siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki obyek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya.<sup>12</sup>

Menurut Bogdan dan Taylor menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data

---

<sup>11</sup> Boedi Abdullah, dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2014), 49.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012), 398.

deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.<sup>13</sup>

Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang kehidupan masyarakat dan tingkah laku serta aktivitas sosial yang diamati oleh peneliti yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.<sup>14</sup>

Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai pada masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih yang sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel yang lain. Variabel dapat menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai populasi atau bidang tertentu.<sup>15</sup>

Jenis penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini mengenai perilaku pengguna aplikasi *cashtree* yang berjalan pada bidang pengiklanan secara online melalui *smartphone* yang banyak digandrungi setiap individu yang memiliki *smartphone*.

## **2. Sumber Data dan Jenis Data**

Sumber data penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

---

<sup>13</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 11.

<sup>14</sup> *Ibid.*, 12.

<sup>15</sup> *Ibid.*, 16.

a. Data Primer

Data primer adalah sumber pertama di mana sebuah data dihasilkan.<sup>16</sup> Data primer yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari buku-buku sebagai pendukung utama, jurnal, dokumentasi, internet, dan pustaka yang berkaitan dengan *cashtree* dan seluruh literatur yang berhubungan dengan pemasaran secara umum dan syariah yang dapat memperkuat dan melengkapi informasi yang telah terkumpul berdasarkan kuesioner yang diperoleh dari pengguna aplikasi *cashtree*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Data yang dihasilkan dari sumber data ini adalah data sekunder.<sup>17</sup> Data sekunder ini penulis mengambil data yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan pengguna *cashtree* mengenai pemahaman akan mekanisme pada aplikasi *cashtree* yang digunakan untuk membantu dalam menganalisis pemasaran yang ada di *cashtree* dengan pemasaran syariah.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dilakukannya penelitian adalah untuk mendapatkan data. Peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang telah ditetapkan,

---

<sup>16</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2013), 129.

<sup>17</sup> *Ibid.*, 129.

apabila teknik pengumpulan data tidak diketahui terlebih dahulu oleh peneliti.<sup>18</sup>

a. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Fungsi data yang berasal dari dokumentasi lebih banyak digunakan sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang telah diperoleh.<sup>19</sup>

Dalam hal ini data yang dicari adalah data tentang pemasaran berbasis android dalam perspektif marketing syariah pada aplikasi *cashtree*.

b. Kuesioner atau Angket (Questionnaire)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan pada sejumlah responden dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Kuesioner merupakan salah satu instrumen pengumpulan data yang efisien, yaitu bila peneliti mengetahui variabel yang akan diukur serta mengetahui apa yang diharapkan dari para responden.<sup>20</sup> Dalam hal ini peneliti menyebarkan kuesioner kepada para pengguna *cashtree*.

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 224.

<sup>19</sup> Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 158.

<sup>20</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 94.

#### c. Studi Kepustakaan

Peneliti mengumpulkan data dengan cara memperoleh dari kepustakaan dimana penulis mendapatkan teori-teori dan pendapat ahli serta beberapa buku referensi yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Beberapa referensi yang dimaksud yaitu teori-teori tentang pemasaran secara umum, teori tentang marketing syariah, dan implementasi pemasaran dalam Islam.

#### 4. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Data-data yang diperoleh dianalisis dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, selanjutnya melakukan sintesa, dan menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, kemudian membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>21</sup>

Dalam hal ini penyusun menggunakan jenis penelitian dokumentasi dan kuesioner atau angket, penyusun mencari data dengan menyebarkan kuesioner dan menganalisis melalui buku, artikel, dan pengalaman.

---

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012), 427.

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga kegiatan yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Data kasar yang di reduksi diperoleh oleh peneliti dari hasil angket atau kuesioner dengan para pengguna *cashtree* mengenai cara kerja pada aplikasi *cashtree*, kebermanfaatan *cashtree*, dan pengetahuan akan kelebihan dan kekurangan pada *cashtree*, kemudian disederhanakan oleh peneliti sesuai dengan yang ingin diketahui oleh peneliti atas penelitian ini. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan, dari awal sampai akhir penelitian.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan.

c. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan suatu kegiatan penarikan kesimpulan-kesimpulan selama penelitian berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data yang telah diuji kebenaran dan kesesuaiannya

sehingga validitasnya terjamin. Peneliti membuat rumusan masalah yang terkait dengan prinsip logika, mengangkatnya sebagai temuan penelitian, kemudian selanjutnya mengkaji secara berulang-ulang terhadap data yang ada, mengelompokkan data yang telah terbentuk, dan rumusan masalah yang telah dirumuskan.<sup>22</sup>

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah gambaran yang jelas dan mudah dalam memahami tulisan ini, maka disusunlah sistematika penulisan dengan garis besar sebagai berikut :

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bab awal permulaan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, sumber data dan jenis data, teknis pengumpulan data, analisis data, dan sistematika pembahasan.

##### **BAB II : KERANGKA TEORI**

Bab ini berisi tentang teori-teori serta telaah pustaka yang digunakan dalam penelitian. Tujuannya adalah sebagai landasan untuk pembahasan dan pemecahan masalah. Bab ini berisi tentang landasan teori yang dimana sub babnya menjelaskan mengenai teori-teori yang berdasarkan tinjauan pustaka dan literatur pemasaran secara umum sampai pada pemasaran dalam perspektif syariah.

---

<sup>22</sup> Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 209-210.

### BAB III : CASHTREE MOBILE ADVERTISING PLATFROM

Bab ini terdiri dari gambaran mengenai aplikasi *cashtree* secara umum, mekanisme pada aplikasi *cashtree*, transaksi dan praktik penukaran cash aplikasi *cashtree*, manfaat serta keunggulan yang terdapat dalam aplikasi *cashtree*.

### BAB IV : APLIKASI CASHTREE DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH

Bab ini menjelaskan tentang analisis pemasaran berbasis android pada aplikasi *cashtree* dalam perspektif marketing syariah.

### BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan hasil analisa serta penilaian dari hasil penelitian dan saran-saran untuk kemajuan bagi obyek yang diteliti dan untuk memperoleh solusi atas permasalahan tersebut. Kemudian pada bagian akhir skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.