

## ABSTRAK

Skripsi berjudul “Peranan Digital Marketing dalam Mengembangkan Usaha Mikro, Kecil Ditinjau dari Perspektif Pemasaran Syariah (Studi Kasus pada Kedai Fefood di Kecamatan Baron, Nganjuk)” ditulis oleh Atiqoh Lutfia Sari, NIM. 12402183344, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh Suminto, M.Pd.I.

Pesatnya perkembangan teknologi berimbas pada model pemasaran yang muncul sebagai inovasi terbaru dalam dunia ekonomi. Digital marketing merupakan jenis pemasaran terbaru yang membawa berbagai keuntungan bagi penggunanya. Digital marketing memiliki peranan besar dalam mengembangkan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Penggunaan digital marketing juga harus harus memenuhi prinsip pemasaran syariah.

Fokus penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana implementasi digital marketing dalam mengembangkan usaha mikro kecil Kedai Fefood di Kecamatan Baron, Nganjuk? 2) Bagaimana dampak digital marketing dalam mengembangkan usaha mikro kecil Kedai Fefood di Kecamatan Baron, Nganjuk? 3) Bagaimana implementasi dan dampak digital marketing dalam mengembangkan usaha mikro kecil Kedai Fefood ditinjau dari perspektif pemasaran syariah?

Jenis penelitian yang digunakan dalam pendekatan kualitatif ini adalah studi kasus. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara, observasi partisipatif dan dokumentasi. Penyajian dan analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan secara deskriptif berupa kata-kata atau penjelasan tertulis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman, yaitu kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Implementasi digital marketing guna mengembangkan UKM Kedai Fefood berupa social media marketing (SMM) yang menggunakan aplikasi facebook, whatsapp bisnis, instagram, tiktok dan konten marketing yang dapat memberikan berbagai manfaat. 2) Dampak digital marketing dalam mengembangkan usaha Fefood yaitu secara bertahap dapat meningkatkan penjualan produk dan pendapatan usaha hampir 200% serta dapat membangun hubungan baik dengan konsumen. 3) Implementasi dan dampak digital marketing Fefood telah memenuhi prinsip-prinsip pemasaran syariah dan sesuai dengan etika dalam Islam yaitu jujur, dapat dipercaya, cerdas dan komunikatif.

**Kata Kunci:** *Digital Marketing*, UMKM, Etika, Pemasaran Syariah

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled "The Role of Digital Marketing in Developing Micro, Small Enterprises from a Sharia Marketing Perspective (Case Study at Fefood Shops in Baron District, Nganjuk)" was written by Atiqoh Lutfia Sari, NIM. 12402183344, Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervised by Suminto, M.Pd.I.*

*The rapid development of technology has an impact on the marketing model that has emerged as the latest innovation in the world economy. Digital marketing is the newest type of marketing that brings various benefits to its users. Digital marketing has a big role in developing micro, small and medium enterprises (MSMEs). The use of digital marketing must also comply with sharia marketing principles.*

*The focus of this research is: 1) How is the implementation of digital marketing in developing the micro and small business of Fefood Stalls in Baron District, Nganjuk? 2) How is the impact of digital marketing in developing Fefood Kedai micro and small businesses in Baron District, Nganjuk? 3) What is the implementation and impact of digital marketing in developing Fefood Kedai micro and small businesses from a sharia marketing perspective?*

*The type of research used in this qualitative approach is a case study. Data collection in this study was carried out using interviews, participatory observation and documentation. Presentation and analysis of data in qualitative research is done descriptively in the form of words or written explanations. The data analysis technique used in this study is the Miles and Huberman model, namely data condensation, data presentation and drawing conclusions.*

*The results of this study indicate that: 1) Implementation of digital marketing to develop Fefood Kedai UKM in the form of social media marketing (SMM) that uses Facebook, WhatsApp business, Instagram, TikTok and content marketing applications that can provide various benefits 2) The impact of digital marketing in business development Fefood, namely gradually, product sales and operating revenues increase by almost 200% and can build good relationships with consumers. 3) The implementation and impact of Fefood's digital marketing has complied with sharia marketing principles and are in accordance with Islamic ethics, namely honest, trustworthy, intelligent and communicative.*

**Keywords: Digital Marketing, MSMEs, Ethics, Sharia Marketing**