

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul ‘‘Strategi Pemasaran Digital Syariah Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Era *New Normal* Pada Dinova Store Desa Sumberagung Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung’’ yang diteliti oleh Moh. Albaitul Ilmi Nur Fahmi, NIM. 12402193319, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh UMKM yang perlahan mulai bangkit dan gencar mencari strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi era *new normal*, untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dan agar terus berkembang serta untuk meningkatkan daya saing. Dengan melihat peluang tersebut, Dinova Store telah menerapkan strategi pemasaran digital syariah melalui pemanfaatan media sosial instagram dan *marketplace* shopee untuk meningkatkan daya saing UMKM. Dari penelitian ini dapat dilihat bagaimanakah strategi pemasaran digital syariah dalam meningkatkan daya saing usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di era *new normal* pada Dinova Store ini.

Adapun fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran digital syariah Dinova Store? (2) Bagaimana peningkatan daya saing UMKM *pasca* penerapan pemasaran digital syariah Dinova Store? (3) Bagaimana hambatan dan solusi dalam strategi pemasaran digital syariah Dinova Store?

Metode penelitian yang digunakan adalah dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dengan teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan mereduksi data, memaparkan data, penarikan kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah, sehingga peneliti dapat melakukan pengecekan keabsahan data menggunakan uji kredibilitas dengan triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil dari penelitian ini dapat ditemukan bahwa (1) Strategi pemasaran digital syariah Dinova Store melalui pemanfaatan media sosial instagram dan *marketplace* shopee, dan berlandaskan syariah dalam menjalankan bisnisnya (2) Peningkatan daya saing UMKM Dinova Store *pasca* penerapan pemasaran digital syariah dengan meningkatnya omset penjualan yang signifikan, jangkauan pemasaran yang luas dan meningkatkan *value* toko *online* Dinova Store dalam penjualan produk terlaris pada *marketplace* shopee. (3) Hambatan yang dialami UMKM Dinova Store dalam penerapan strategi pemasaran digital syariah yaitu sering terjadinya pembatalan pesanan sepihak, hambatan dalam SDM dan keterlambatan pada pengiriman produk. Solusi yang dilakukan UMKM Dinova Store yakni membuat konten yang menarik, selalu menjaga kepercayaan konsumen, mengadakan program pelatihan pemasaran digital bagi karyawan dan selalu melakukan koordinasi antar karyawan untuk meminimalisir terjadinya kesalahan teknis.

**Kata kunci : Strategi Pemasaran, Pemasaran Digital Syariah, Daya Saing, UMKM**

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled "Sharia Digital Marketing Strategy in Increasing the Competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the New Normal Era at the Dinova Store in Sumberagung Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency" which was researched by Moh. Albaitul Ilmi Nur Fahmi, NIM. 12402193319, Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor Dr. Binti Nur Asiyah, M.Sc.*

*The background of this research is that MSMEs are slowly starting to wake up and are aggressively looking for the right marketing strategy in facing the new normal era, to maintain the continuity of their business and to continue to develop and increase competitiveness. Seeing this opportunity, Dinova Store implemented a sharia digital marketing strategy through the use of Instagram social media and the Shopee marketplace to increase the competitiveness of MSMEs. From this research it can be seen how the sharia digital marketing strategy is in increasing the competitiveness of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the new normal era at the Dinova Store.*

*The focus of this research is (1) How is Dinova Store's sharia digital marketing strategy? (2) How is the competitiveness of MSMEs increased after the implementation of Dinova Store's sharia digital marketing? (3) What are the obstacles and solutions in Dinova Store's sharia digital marketing strategy?*

*The research method used is in this study using a case study research type with a descriptive qualitative approach. The data source used is primary data with data collection techniques obtained through observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used in this study was by reducing data, presenting data, drawing conclusions according to the formulation of the problem, so that researchers can check the validity of the data using a credibility test with source, technique, and time triangulation.*

*The results of this study can be found that (1) Dinova Store's sharia digital marketing strategy through the use of Instagram social media and marketplace shopee, and is based on sharia in running its business (2) Increasing the competitiveness of Dinova Store's MSMEs after implementing sharia digital marketing with increased sales turnover significant, broad marketing reach and increasing the value of the Dinova Store online store in selling the best-selling products on the shopee marketplace. (3) The obstacles experienced by Dinova Store MSMEs in implementing the sharia digital marketing strategy, namely the frequent occurrence of unilateral order cancellations, obstacles in human resources and delays in product delivery. The solution implemented by Dinova Store MSMEs is to create interesting content, always maintain consumer trust, conduct digital marketing training programs for employees and always coordinate between employees to minimize technical errors.*

**Keywords: Marketing Strategy, Sharia Digital Marketing, Competitiveness, MSMEs**