

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pemasaran Syariah dan Digitalisasi Pada Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Halal Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo” ini ditulis oleh Zainal Abidin, NIM. 126402212081, dengan pembimbing Rizal Furqan Ramadhan, S.Kom.,M.T.

Kata Kunci: Digitalisasi, Pemasaran Syariah, UMKM Halal

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat produktif Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo yang masih menggunakan sistem konvensional. Fokus utama dari penelitian ini adalah menganalisis perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Halal di Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo dengan menggunakan 2 fokus utama yakni pemasaran syariah dan digitalisasi.

Fokus penelitian ini membahas terkait peran pemasaran syariah dan digitalisasi pada perkembangan UMKM halal serta bagaimana kedua konsep tersebut dapat mengoptimalkan pengembangan UMKM halal di Kec. Mayangan Kota Probolinggo.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan metode purposive sampling, informan dalam penelitian ini berjumlah sepuluh orang yaitu para pelaku usaha yang aktif dalam paguyuban UMKM yang dinaungi oleh Dinas Perikanan, Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan, dan Dinas Pertanian. Dalam analisis peneliti menggunakan analisis data interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran syariah memiliki peran dalam meningkatkan kredibilitas produk, membangun loyalitas konsumen serta menumbuhkan keberkahan usaha. Sedangkan digitalisasi mengindikasikan UMKM untuk menjangkau pasar lebih luas, mengoptimalkan operasional serta meningkatkan pelayanan pelanggan. Dua konsep tersebut memastikan usaha yang dilakukan dengan cara yang adil, jujur dan bertanggung jawab serta sebagai akselerasi dalam menjangkau dan mempercepat proses operasional serta transaksi. Secara umum, sistem pemasaran syariah dapat membantu UMKM berkembang secara signifikan melihat keunggulannya daripada konvensional, dan digitalisasi dapat membantu mengoptimalkan sistem tersebut jika digunakan secara maksimal.

ABSTRACT

Thesis entitled “The Influence of Sharia Marketing and Digitalization on the Development of Halal Micro, Small, and Medium Enterprises in Mayangan District, Probolinggo City” was written by Zainal Abidin, Student ID 126402212081, with the supervision Rizal Furqan Ramadhan, S.Kom., M.T.

Keywords: Digitalization, Sharia Marketing, Halal MSMEs

This research is motivated by the productivity level of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Mayangan District, Probolinggo City, which still uses a conventional system. The main focus of this study is to analyze the development of Halal Micro, Small, and Medium Enterprises in Mayangan District, Probolinggo City, using two main focuses: sharia marketing and digitalization.

The focus of this research discusses the role of sharia marketing and digitalization in the development of halal MSMEs and how these two concepts can optimize the development of halal MSMEs in Mayangan District, Probolinggo City.

This study employs a qualitative research type with a descriptive approach. In determining the informants, the researcher used purposive sampling method, with a total of ten informants consisting of business actors who are active in the MSME association under the Department of Fisheries, the Department of Cooperatives, Small and Medium Enterprises and Trade, and the Department of Agriculture. In the analysis, the researcher used interactive data analysis as proposed by Miles and Huberman, which includes data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing or verification.

The results of the study show that sharia marketing has a role in increasing product credibility, building consumer loyalty and growing business blessings. While digitalization indicates MSMEs to reach a wider market, increase operational efficiency and improve customer service. These two concepts ensure that the business is conducted in a fair, honest, and responsible manner, as well as serve as an acceleration in reaching and expediting operational processes and transactions. In general, the sharia marketing system can significantly help MSMEs grow, given its advantages over conventional methods, and digitalization can help optimize this system if utilized to its fullest potential.