

Abstrak

Tesis dengan judul “Strategi Promosi Syariah dan Inovasi Produk Berbasis Green Economy dalam Meningkatkan Kesejahteraan UMKM” ini ditulis oleh Lumhatul Mujayanah, NIM. 1880508230024, dengan pembimbing Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si dan Dr. Rokhmat Subagiyo, M.E.I.

Kata kunci: Strategi Promosi Syariah, Inovasi Produk, *Green Economy*, Kesejahteraan

Tantangan untuk mencapai kesejahteraan sosial dapat diatasi salah satunya melalui peningkatan kesejahteraan UMKM dengan memanfaatkan sumber daya alam secara intensif, dengan tetap memperhatikan keseimbangan ekologi dan kelestarian lingkungan sehingga dapat mencapai pembangunan keberlanjutan dan kesejahteraan bersama. Kesejahteraan UMKM dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu strategi promosi sebagai sarana untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada masyarakat dan inovasi produk untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap produk yang dipasarkan tersebut. Penelitian ini berfokus pada UMKM berbasis *green economy* yang memiliki tujuan untuk mencapai pembangunan keberlanjutan dan kesejahteraan bersama dengan menyatukan tujuan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi promosi syariah dan inovasi produk pada UMKM berbasis green economy serta pengaruhnya terhadap peningkatan kesejahteraan UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian studi kasus. Objek penelitian pada penelitian ini adalah UMKM yang ada di Kecamatan Ringinrejo dengan studi kasus pada Keripik Beluntas (Tata Snack) dan Frozen Buah (Ocean Frozen). Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan pada informan untuk mendapatkan data yang diharapkan pada penelitian yaitu dengan pemilik dan karyawan UMKM studi kasus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi strategi promosi syariah yang dilakukan oleh kedua UMKM sudah sesuai dengan nilai-nilai syariah meskipun dari sudut pandang green economy belum sepenuhnya memenuhi prinsip keberlanjutan. Dari segi inovasi produk mencerminkan pemanfaatan potensi lokal secara kreatif dalam kerangka green economy. Dari implementasi strategi promosi syariah dan inovasi produk pada UMKM berbasis green economy memiliki dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan UMKM, bahkan pada Frozen Buah (Ocean Frozen) juga dapat memberikan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat dan lingkungan.

Abstract

This thesis, titled “Sharia Promotion Strategies and Green Economy-Based Product Innovation in Improving the Welfare of MSMEs,” was written by Lumhatul Mujayanah, NIM. 1880508230024, with a mentor Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si and Dr. Rokhmat Subagiyo, M.E.I.

Keywords: sharia promotion strategy, product innovation, green economy, welfare

The challenge to achieve social welfare can be overcome, one of which is through improving the welfare of MSMEs by utilizing natural resources intensively, while still paying attention to ecological balance and environmental sustainability so as to achieve sustainable development and shared prosperity. The welfare of MSMEs can be influenced by two factors, namely promotional strategies as a means of introducing the products produced to the public and product innovation to increase public interest in the marketed products. This research focuses on green economy-based MSMEs that aim to achieve sustainable development and shared prosperity by uniting economic, social and environmental goals.

The purpose of this study is to determine how the implementation of sharia promotion strategies and product innovation in green economy-based MSMEs and their influence on improving the welfare of MSMEs. This research uses a qualitative approach and a multicriteria study research type. The research objects in this study are MSMEs in Ringinrejo District with case studies on Beluntas Chips (Tata Snack) and Frozen Fruit (Ocean Frozen). Data collection was carried out by interview, observation, and documentation. Interviews were conducted with informants to obtain the data expected in the research, namely with the owners and employees of the case study MSMEs.

The results of this study indicate that the implementation of sharia promotion strategies carried out by both MSMEs is in accordance with sharia values, although from a green economy perspective it has not fully met the principle of desire. In terms of product innovation, it reflects the creative use of local potential within a green economy framework. From the implementation of sharia promotion strategies and product innovations in green economy-based MSMEs, it has a positive impact on improving the welfare of MSMEs, even in Frozen Fruit (Ocean Frozen) it can also have a wider positive impact on society and the environment.