

ABSTRACT

Silfa Rohma. 2023 “ **The Role Of Digital Marketing For The Development Of ITA ITU Sugio Micro, Small And Medium Enterprises (UMKM) In An Islamic Business Perspective**” Skripsi. Lamongan Islamic University.

This study entitled The role of digital marketing for the development of ITA ITU Sugio small and medium enterprises (UMKM) in an Islamic business perspective, using a qualitative research type and an analytical descriptive approach, using interview, observation and documentation techniques, the purpose of this study was to determine the role of digital marketing for development of UMKM ITA ITU Sugio. The results of this study, the first is that digital marketing plays an important role in increasing sales and introducing products that are marketed to the wider community, with digital marketing being able to attract consumers quickly, so that there are opening of new outlets in several locations, on the other hand word of mouth promotion factors , good taste of food and drinks at affordable prices also plays a role in increasing sales. digital marketing that is utilized in marketing their products, namely Instagram, Google My Business, WhatsApp, Tik Tok and also Sugio delivery social media. positive for consumers, not dropping business opponents, not exaggerating when promoting products through social media, drinks and food that are sold are halal. From these posts play an important role in increasing sales

Keyword: Digital Marketing, UMKM, Islamic bussines

ABSTRAK

Silfa Rohma. 2023. “**Peran *Digital Marketing* Bagi Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ITA ITU Sugio dalam Perspektif Bisnis Islam**”. Skripsi. Universitas Islam Lamongan

Penelitian ini berjudul Peran *digital marketing* bagi perkembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) ITA ITU Sugio dalam perspektif bisnis Islam, menggunakan jenis penelitian kualitatif serta pendekatan deskriptif analitis, menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *digital marketing* bagi perkembangan UMKM ITA ITU Sugio. Hasil penelitian ini, yang pertama adalah *digital marketing* berperan penting dalam meningkatkan penjualan dan mengenalkan produk yang dipasarkan kepada masyarakat luas, dengan adanya *digital marketing* mampu menarik konsumen secara cepat, sehingga terdapat pembukaan outlet baru di beberapa lokasi, disisi lain faktor promosi dari mulut ke mulut, rasa makanan dan minuman yang enak dengan harga yang terjangkau juga berperan untuk meningkatkan penjualan. *digital marketing* yang dimanfaatkan dalam memasarkan produknya yaitu *instagram*, *google my bussines*, *watshaap*, *tik tok* dan juga media sosial Sugio *delivery*, yang kedua adalah secara umum UMKM ITA ITU sudah sesuai bisnis Islam, dalam melakukan promo melalui sosial media sudah baik, mampu memberikan produk yang positif bagi para konsumen, tidak menjatuhkan lawan bisnis, tidak melebih-lebihkan saat mempromosikan produk melalui sosial media, minuman dan makanan yang dijual halal. Dari postingan tersebut berperan penting dalam meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, UMKM, Bisnis Islam