

ABSTRAK

Musarofa, Siti. NIM. 2210922014. 2026. *Peran Pemasaran Digital Terhadap Daya Saing Industro Kopi Pada KSU Buah Ketakasi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Tahun 2026*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: (I) Siti Khayisatuzahro Nur, M.E.I., Supervisor (II) Miftahul Hasanah, M.E.I.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Daya Saing, Industri Kopi, Ekonomi Syariah, KSU Buah Ketakasi

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital untuk meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik pemasaran digital pada KSU Buah Ketakasi Sidomulyo, perannya terhadap daya saing industri kopi, serta kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KSU Buah Ketakasi memanfaatkan Instagram, Facebook, WhatsApp Business, marketplace, dan website sebagai media promosi dan pemasaran. Pemasaran digital berperan dalam memperluas pasar, meningkatkan penjualan, memperkuat brand awareness, membangun loyalitas konsumen, dan meningkatkan daya saing. Praktik tersebut juga telah sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, yaitu *ṣiddiq*, *tabligh*, *'adl*, dan *amanah*, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap KSU Buah Ketakasi Sidomulyo.

ABSTRACT

Musarofa, Siti. NIM. 2210922014. 2026. *The Role Of Digital Marketing In Enhancing The Competitiveness Of The Coffee Industry At KSU Buah Ketakasi From The Perspective Of Islamic Economics, in 2026*. Thesis, Sharia Economics Study Program, University Of Muhammadiyah Jember. Supervisor: (I) Siti Khayisatuzahro Nur, M.E.I., Supervisor (II) Miftahul Hasanah, M.E.I.

Keywords: Digital Marketing, Competitiveness, Coffee Industry, Islamic Economics, KSU Buah Ketakasi

The rapid development of digital technology has encouraged business actors to utilize digital media to enhance their competitiveness. This study aims to analyze the implementation of digital marketing at KSU Buah Ketakasi Sidomulyo, its role in improving the competitiveness of the coffee industry, and its conformity with the principles of Islamic economics. This study employed a qualitative approach with a field research design. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and were analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing techniques. The findings reveal that KSU Buah Ketakasi utilizes Instagram, Facebook, WhatsApp Business, marketplaces, and a website as promotional and marketing media. Digital marketing has contributed to expanding market reach, increasing sales, strengthening brand awareness, building customer loyalty, and enhancing business competitiveness. Furthermore, these marketing practices are consistent with the principles of Islamic economics, namely *ṣiddiq* (truthfulness), *tabligh* (communicativeness), *'adl* (justice), and *amanah* (trustworthiness), thereby fostering greater consumer trust in KSU Buah Ketakasi Sidomulyo.