

## ABSTRAK

Putri Devita, 2024, *Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Batik Al-Barokah di Pakandangan Sumenep*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: Sholehodhin, Lc, MM.

**Kata Kunci:** Strategi, *Digital Marketing*

Pada era sekarang, kebanyakan masyarakat memilih belanja online ketimbang langsung ke tempat apalagi yang jangkauannya jauh dari perusahaan Batik tersebut, namun Batik Al-Barokah ini menggunakan strategi *digital marketing* atau pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing dengan perusahaan lain menggunakan media sosial melalui penggunaan media pemasaran online, dengan harapan penjualan dan pendapatan dapat meningkat. Namun dalam pemanfaatan digital marketing memiliki konsekuensi dalam persaingan yang ketat, muncul sikap waspada terhadap penipuan atau plagiasi, serta ide atau produk di tiru. Adanya hambatan penggunaan digital marketing dalam mengelola Batik Al-Barokah ini dirasa kurang efektif bila diterapkan di desa tanpa adanya pemasaran secara offline. sehingga fenomena ini menjadi salah satu hambatan usaha Batik Al-Barokah dalam melaksanakan pemasaran berbasis digital marketing. Batik Al-Barokah terus berupaya untuk melakukan pemasaran secara manual atau langsung tatap muka. Dari uraian diatas penelitian ini memiliki 2 fokus penelitian; *pertama*, bagaimana strategi *digital marketing* dalam meningkatkan daya saing usaha Batik Al-Barokah di Pakandangan Sumenep. *Kedua*, apa hambatan dan solusi usaha Batik Al-Barokah dalam melaksanakan *digital marketing*.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dimana prosedur penelitiannya menghasilkan data deksriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dengan tujuan menggambarkan, mengungkapkan dan menjelaskan yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data observasi nonpartisipan yaitu menjadikan peneliti sebagai penyaksi terhadap gejala atau kejadian yang menjadi topic penelitian. Dengan menggunakan metode wawancara semi terstruktur agar lebih memudahkan peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa, *pertama*; strategi *digital marketing* dalam meningkatkan daya saing usaha Batik Al-Barokah ini sangat berpengaruh dalam penggunaan media sosial yaitu seperti whatsAap, facebook dan Instagram dalam menyebarkan informasi dengan tujuan riset yang nantinya bisa menciptakan persepsi yang baik dalam meningkatkan pendistribusian. Akan tetapi konsekuensinya dalam menggunakan digital marketing diantaranya, meningkatnya persaingan yang ketat, muncul kerentanan terhadap penipuan atau plagiasi, serta kemungkinan ide atau produk di tiru. *Kedua*; adanya hambatan penggunaan digital marketing dalam mengelola Batik Al-Barokah ini dirasa kurang efektif bila diterapkan di desa tanpa adanya pemasaran seacara manual sehingga fenomena ini menjadi salah satu hambatan usaha Batik Al-Barokah dalam melaksanakan pemasaran berbasis digital marketing. Batik Al-Barokah terus berupaya untuk melakukan pemasaran secara manual atau offline.