

ABSTRACT

Difa'ul Haq Azuha, 2025, *Implementation of Sharia Compliance in Digital Marketing at Sidoarjo MSMEs to Improve Spiritual Well-Being*. Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Syamsuri, M.Sh

Keywords: MSME, Digital Marketing, Sharia Marketing, Spiritual Well-Being, Sharia Compliant.

The phenomenon of increasing the use of digital marketing by MSME actors shows a positive adaptation to technology development. However, behind this progress have emerged various ethical problems, so this condition indicates the need to apply the principles of Sharia Compliant Marketing which emphasizes spiritual responsibility in digital marketing practices. So that it is hoped that this will not only be a solution to business ethics problems, but can also contribute to the formation of the spiritual well-being of business actors.

This study aims to analyze the implementation of digital marketing by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sidoarjo Regency, assess its suitability with the principles of Sharia Compliant Marketing, and identify its contribution to the formation of the spiritual well-being of business actors.

This study uses a qualitative research method with a case study approach. In data collection, researchers used interviews, documentation and observations. This study uses purposive sampling techniques in determining informants. Meanwhile, in analyzing the data, the researcher used thematic analysis with the help of the Atlas.ti.9 software.

The results of the study show that the implementation of digital marketing in Sidoarjo MSMEs has been carried out adaptively through the use of social media, marketplaces, and effective digital content strategies. In addition, the application of Sharia Compliant Marketing principles is reflected through the integration of spiritual values in business activities, honesty in communication, trustworthiness, and efforts to avoid the practice of riba and gharar in transactions. The application of these values not only strengthens business ethics and consumer trust but also contributes to the spiritual well-being of business actors, which is characterized by increased calmness, closeness to Allah SWT, and blessings in business.

Based on the results of the research, it is hoped that MSME actors can continue to optimize the use of digital marketing by internalizing Islamic ethical and spiritual values in each of their business activities. The government and related institutions are expected to play an active role in providing mentoring and training programs for digital marketing based on Sharia principles that balance technical and spiritual aspects.

ABSTRAK

Difa'ul Haq Azuha, 2025, *Implementasi Kepatuhan Syariah dalam Pemasaran Digital pada UMKM di Sidoarjo untuk Meningkatkan Kesejahteraan Spiritual*. Pembimbing: Assoc. Prof. Dr. Syamsuri, M.Sh

Kata kunci: UMKM, Digital Marketing, Syariah Marketing, Kesejahteraan Spiritual, Kepatuhan Syariah.

Fenomena meningkatnya penggunaan digital marketing oleh pelaku UMKM menunjukkan adaptasi positif terhadap pengembangan teknologi. Namun, di balik kemajuan tersebut muncul berbagai permasalahan etika, sehingga kondisi ini menandakan perlunya penerapan prinsip Sharia Compliant Marketing yang menekankan tanggung jawab spiritual dalam praktik pemasaran digital. Sehingga hal tersebut diharapkan tak hanya menjadi solusi atas permasalahan etika bisnis, tetapi juga dapat berkontribusi terhadap pembentukan spiritual well-being pelaku usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi digital marketing oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sidoarjo, menilai kesesuaiannya dengan prinsip Sharia Compliant Marketing, serta mengidentifikasi kontribusinya terhadap pembentukan spiritual well-being pelaku usaha.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan wawancara, dokumentasi dan observasi. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan informan. Sedangkan dalam menganalisis data peneliti menggunakan analisis secara tematik dengan bantuan perangkat lunak Atlas.ti.9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan digital marketing pada UMKM Sidoarjo telah dilakukan secara adaptif melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, dan strategi konten digital yang efektif. Selain itu, penerapan prinsip Sharia Compliant Marketing tercermin melalui integrasi nilai spiritual dalam aktivitas bisnis, kejujuran dalam komunikasi, sikap amanah, serta upaya menghindari praktik riba dan gharar dalam transaksi. Penerapan nilai-nilai tersebut tidak hanya memperkuat etika bisnis dan kepercayaan konsumen, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan spiritual pelaku usaha, yang ditandai dengan meningkatnya rasa tenang, kedekatan dengan Allah SWT, serta keberkahan dalam usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan bagi pelaku UMKM agar dapat terus mengoptimalkan pemanfaatan digital marketing dengan menginternalisasikan nilai-nilai etika dan spiritual Islam dalam setiap aktivitas bisnisnya. Bagi pemerintah serta lembaga terkait diharapkan dapat berperan aktif dalam menyediakan program pendampingan dan pelatihan digital marketing berbasis prinsip syariah yang menyeimbangkan aspek teknis dan spiritualitas