

ABSTRAK

Fitriya Anwar. 2021. Strategi Pemasaran Syariah Produk Toko Az-Zahra Collection di Desa Randujalak-Besuk Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Pasar. Skripsi, Prodi ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Dosen Pembimbing: (1) Ahmad Sahidah, Ph. D. (2) Ny. Hj. Wiwin Warliah, S.Fil.I., M.Sos

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Syariah, Toko Az-Zahra Collection, Media Sosial

Perkembangan dalam dunia bisnis yang sangat begitu cepat membuat persaingan di dunia bisnis semakin berkembang pesat. Para pelaku bisnis terdorong untuk menciptakan karya, berinovasi, dan pintar dalam hal menarik minat konsumen terhadap barang yang dijual. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial. Hal ini dilakukan dan diterapkan oleh toko Az-Zahra Collection untuk dapat menarik minat konsumen. Pada saat melakukan pemasaran menggunakan media sosial toko Az-Zahra Collection benar-benar memanfaatkan beberapa fitur/fungsi yang terdapat di dalamnya. Salah satu contoh adalah dalam mengunggah foto, mengunggah video, dan pemberian informasi mengenai produk.

Dalam penelitian ini penulis mengangkat judul Strategi Pemasaran Syariah Produk Toko Az-Zahra Collection di Desa Randujalak-Besuk Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Pasar dengan tujuan yaitu: (1) untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran syariah pada produk toko Az-Zahra Collection melalui sosial media (2) untuk mengetahui hasil dari penjualan produk toko Az-Zahra Collection menggunakan strategi pemasaran syariah melalui sosial media.

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian berupa studi kasus. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari pemilik toko Az-Zahra collection di lapangan secara langsung dengan cara observasi dan wawancara kepada pemilik toko Az-Zahra Collection, sedangkan data sekunder diperoleh dengan menggunakan buku ataupun karya ilmiah yang membahas tentang strategi pemasaran.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah toko Az-Zahra Collection melalui sosial media sangat efektif. Hal ini terbukti dengan semakin banyak atau luas jangkauan penjualan dan meningkatnya konsumen. Selain itu, hasil dari penjualan toko Az-Zahra Collection juga meningkat setiap bulannya. Hal ini terbukti dari 01 Agustus 2020 sampai dengan 28 Februari 2021 dengan jumlah mencapai 2487 produk terjual dan dengan penjualan tunai sebesar Rp. 213.947.000,00. Toko Az-Zahra Collection juga menerapkan prinsip-prinsip syariah, menjunjung tinggi moral dan etika dalam melakukan kegiatan bisnis. Untuk

dapat meningkatkan kepercayaan konsumen maka toko Az-Zahra Collection selalu bersikap jujur, pemilik toko memanfaatkan fitur/fungsi pada media sosial salah satunya dalam mengunggah foto yang *real/nyata* sesuai produk yang ada di toko, selain itu juga menjalin hubungan baik dengan konsumen dengan cara respon cepat dan tutur kata yang sopan terhadap pesanan konsumen.

