

**ABSTRAK**

**Yudistira Adimas Syarifudin, 1950110041, "Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Pemasaran Gebyok Ukir Puncta Dewa Art (Studi Kasus pada Pengusaha Gebyok Ukir di Desa Blimbingrejo, Kecamatan Nalumsari, Kabupaten Jepara)", Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, 2024.**

Dalam era kemajuan teknologi yang pesat, persaingan bisnis semakin ketat, mendorong pengusaha mencari strategi pemasaran untuk bertahan dan berkembang. Penelitian ini mengeksplorasi Strategi Marketing Gebyok Ukir Puncta Dewa Art dalam meningkatkan pemasaran dan pertumbuhan bisnisnya. Ukiran gebyok kurang diminati saat ini, karena desain rumah saat ini kebanyakan menggunakan desain rumah minimalis. Sementara itu, gebyok ukir tidak sesuai dengan model gaya hidup minimalis.

Metode Penelitian yang digunakan adalah Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Strategi pemasaran Gebyok Ukir Puncta Dewa Art menitikberatkan pada keunggulan dan kualitas produk sebagai nilai penjualan. Harga dianggap signifikan dalam menarik konsumen, dan UMKM Puncta Dewa Art menggunakan berbagai strategi promosi untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnisnya. Pemasaran online memungkinkan jangkauan global, sementara pameran memberikan interaksi langsung.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Gebyok ukir rentan terhadap kerusakan selama pengiriman, sehingga perlu perhatian khusus. Analisis syariah menggarisbawahi pentingnya mematuhi prinsip-prinsip etika Islam, termasuk kesesuaian dengan nilai-nilai Islam, transparansi, keadilan, dan penghindaran riba. Harapannya, Gebyok Ukir Puncta Dewa Art dapat memastikan strategi pemasarannya selaras dengan prinsip-prinsip syariah, memberikan nilai tambah kepada konsumen, dan menciptakan dampak positif pada masyarakat.

**Kata Kunci :** *Strategi Marketing, Pemasaran Syariah, dan Gebyok Ukir*