

ABSTRAK

Rezanatus Solikah, nim : 1620310143. Analisis Strategi *Syari'ah Marketing* dan *Digital Marketing* untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Menara Kudus Fa, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis *Syari'ah*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi *syari'ah marketing* dan *digital marketing* yang efektif dan efisien untuk meningkatkan volume penjualan di Menara Kudus Fa.

Jenis penelitian berupa penelitian lapangan atau *field research*. Penelitian lapangan bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan sosial, kelompok, individu, atau masyarakat.

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis maupun lisan dari orang-orang yang diamati. Sumber data yang diperoleh didasarkan hasil dari observasi, dokumentasi dan wawancara dengan pemilik, karyawan, serta pelanggan Menara Kudus Fa. Teknik analisis data didapat melalui hasil observasi penerapan strategi marketing yang ditinjau dari dua sudut yakni dengan *marketing* secara digital dan *marketing* berdasarkan perspektif *syari'ah*.

Hasil penelitian strategi *syari'ah marketing* dan *digital marketing* untuk meningkatkan volume penjualan di Menara Kudus Fa ini menunjukkan bahwa strategi *syari'ah marketing* yang digunakan di Menara Kudus Fa sudah sesuai dengan perspektif *syari'ah* diantaranya sudah menerapkan bauran pemasaran secara *syari'ah*, karakter serta etika dalam melakukan pemasaran sehingga tidak adanya penyimpangan yang melanggar dari prinsip pemasaran *syari'ah*. Sedangkan strategi *digital marketing* yang digunakan di Menara Kudus Fa sudah menerapkan beberapa media digital untuk promosi agar menjangkau ranah pasar yang lebih luas, meskipun belum secara keseluruhan menerapkan sistem digital (*online*) namun pihak manajemen pemasaran Menara Kudus Fa sedang melakukan program perbaikan dan perubahan sistem yang lebih baik yakni dari sistem *offline* menjadi *online* guna meningkatkan volume penjualan secara maksimal.

Kata Kunci : Strategi *Syari'ah Marketing*, Strategi *Digital Marketing*, Volume Penjualan.