

ABSTRAK**Alia Arom Rahmawati, 1720210067, Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dalam Pemanfaatan Media *Social* Dan Reseller Di Masa Pandemi *Covid-19* (Studi Kasus Ulya Hijab Kudus)**

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui 1) implementasi strategi pemasaran syariah menggunakan media sosial dan reseller selama pandemi covid-19 di ulya hijab. 2) untuk mengetahui kendala dan solusi yang dihadapi dalam penerapan strategi pemasaran syariah menggunakan media sosial dan reseller selama pandemi covid-19 di ulya hijab.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (field research). Pendekatan yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer yaitu owner Ulya hijab, reseller, admin dan konsumen Ulya Hijab. Sedangkan, untuk sumber data sekunder yaitu buku-buku kepustakaan dan dokumentasi.

Produk-produk ulya hijab juga sudah sesuai dengan karakteristik produk dalam pemasaran syariah yang realistis, humanistik, transparansi. Reseller ulya hijab sebelum pandemi menyetok produk dan menjual secara offline, saat pandemi menggunakan media sosial sebagai sarana. Media sosial ulya hijab aktif membuat konten video dan mengupload produk dengan memberikan detail harga, dan bahan. Harga disesuaikan dengan reseller menjauhi perang dagang.

Kendala yang dialami ulya hijab yakni penurunan penjualan, stok yang sedikit dengan permintaan meningkat, Meningkatnya harga bahan baku produksi, terjadinya keterlambatan akibat pembatasan mobilitas oleh pemerinah, semakin bermunculnya pesaing, dan kurang aktifnya media sosial ulya hijab saat ini. Sedangkan solusi yang diberikan yakni mengadakan sale produk guna menarik perhatian konsumen, menambah jumlah produksi barang, menaikkan harga produk, menginformasikan keterlambatan dan meminta jasa pengiriman memproses pengiriman dengan cepat, selalu meningkatkan dan menjaga kualitas produk dari jahitan, kain dan benang. Dan untuk media sosial dilakukan dengan lebih aktif mengupload gambar, menyebar link, membuat konten, dan lebih sering promosi di media sosial.

Kata kunci : Pemasaran Syariah, Strategi Pemasaran Syariah, *Covid-19*, Reseller, Media *Social*