

ABSTRAK

Maftuhatur Rohmah, 1820210079. Analisis Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Mutu Pelayanan Prspektif aksiologi Bisnis Islam (Studi Kasus pada Industri Alfashoofa Batik Kudus)”. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah IAIN Kudus, 2022.

Perkembangan zaman dengan kemajuan pemasaran digital yang memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi secara cepat sekaligus sebagai sarana bisnis *online* untuk mempromosikan suatu obyek baik berupa barang maupun jasa secara lebih efektif daripada melakukan pemasaran langsung yang tentunya membutuhkan banyak modal dan waktu. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis media sosial sebagai media pemasaran bisnis Islam dengan memperhatikan perspektif aksiologi sebagai upaya meningkatkan mutu pelayanan pemasaran.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *field research* atau penelitian lapangan. Teori menggunakan teori *behaviour* dan *lovelock*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan catatan lapangan. Sampel yang diambil pada penelitian ini ada 5 dari Alfa Shoofa Batik Kudus. Analisis data menggunakan reduksi data dari lapangan dan data display. Hasil penelitian skripsi ini Pertama, Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran bisnis Islam upaya dalam meningkatkan mutu pelayanan pemasaran bisnis Islam dengan mengikuti perkembangan digital. Kedua, pelayanannya di Alfa Shoofa menerapkan etika dan estetika kepada setiap pelanggan, baik komunikasi langsung maupun tidak langsung. Ketiga, Kendala dalam pemasaran di media sosial it kurangnya inovasi dan keterampilan dalam melakukan promosi, adapun solusinya bisa dilakukan edukasi media sosial untuk konsumen Alfa Shoofa Batik Kudus dalam mengikuti perkembangan digital dan melakukan inovasi baru dalam pemasaran.

Kata Kunci: *Media Sosial, Pemasaran, Perspektif Aksiologi.*