

ABSTRAK

Maria Ulfah (2023). Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dengan Menggunakan Media Sosial Tiktok Di Cv Sajodo Karya Gemilang

Seiring berjalannya waktu, teknologi yang dibuat oleh manusia semakin berkembang, berkembangnya kemajuan teknologi, hadirnya toko *online* yang sangat bermanfaat bagi pebisnis. Kemudian, inilah titik mula munculnya e-commerce di Indonesia salah satunya yaitu melalui media sosial. Media sosial tidak hanya sebagai media promosi saja tapi bisa juga sebagai media pemasaran, yang salah satunya adalah melalui media sosial Tiktok. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran syariah dengan menggunakan media sosial tiktok di CV Sajodo Karya Gemilang

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Dengan peneliti sendiri sebagai instrumen penelitiannya. Adapun teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kualitatif.

Hasil observasi interview /wawancara bersama pemilik atau owner CV Sajodo Snack bahwa strategi pemasaran syariah dengan menggunakan media sosial tiktok menjadi daya tarik setiap konsumen dalam penerimaan pesan secara langsung dengan melalui Video Pendek Sajodo Snack. Strategi Promosi dengan menggunakan instagram, facebook, brosur dan sepanduk serta e-commerce lainnya seperti shopee dan lazada. Terkait strategi pemasaran syariah mereka sudah menerapkan apa yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dahulu yakni mengutamakan sifat seperti shiddiq (benar atau jujur), amanah (terpercaya), fathanah (cerdas), tabligh (komunikatif), dan istiqamah (konsisten)

Kata kunci : Tiktok, Strategi, Pemasaran Syariah