

## **ABSTRAK**

Tesis dengan judul “Penggunaan *Digital Marketing* Berbasis Syariah Pada Home Industri Busana Muslim Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung)” ini ditulis oleh Gea Cahyaulia dengan dibimbing oleh Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag. dan Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.  
Kata Kunci: *Digital Marketing* Syariah, Home Industri, Penjualan

Penelitian dalam tesis ini dilatarbelakangi oleh pentingnya menumbuhkan pemahaman yang baik terhadap praktik *digital marketing* yang lebih sesuai dengan tuntunan Islam untuk mengetahui penggunaan nilai-nilai Islam dalam penggunaan *digital marketing*, sehingga bukan hanya dapat memperoleh keuntungan dan memperoleh keberkahan dalam menjalankan sebuah usaha tetapi juga dapat meningkatkan penjualan.

Indonesia menjadi negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Besarnya pasar Muslim di Indonesia menyebabkan industri *fashion* Muslim mempunyai potensi tinggi untuk berkembang serta memancing lebih banyak persaingan. Hal ini dipicu karena banyaknya orang yang berkecimpung dalam bisnis *fashion*, khususnya fashion muslim.

Pertanyaan penelitian dalam penulisan tesis ini adalah: (1) Bagaimana strategi *digital marketing* berbasis syariah yang dilakukan oleh Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung?; (2) Bagaimana strategi *digital marketing* berbasis syariah yang dijalankan Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung terhadap penjualan?

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan rancangan studi kasus. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisa data dilakukan dengan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data digunakan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi sumber, teknik, dan teori.

Dari hasil penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa: (1) Strategi *digital marketing* berbasis syariah Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung yang dilakukan melalui *website*, *branding*, media sosial (facebook, instagram, whatsapp, tiktok, youtube), dan *e-commerce* (shopee) sesuai dengan pemasaran Islam yang mengedepankan etika dan akhlak perilaku yang sesuai dengan sifat-sifat yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW. (2) Strategi *digital marketing* berbasis syariah pada Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung sesuai dengan pemasaran Islam yang mengedepankan unsur ibadah dan muamalah dalam aturan Islamnya mengalami peningkatan penjualan karena strategi pemasaran yang dilakukan dapat membantu mempromosikan produk dengan melakukan inovasi dari segi produk, pelayanan, dan pemasarannya.

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled “ The Use of Syariah Based Digital Marketing in the Home Industry of Muslim Clothing in Increasing Sales (Case Study on Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung )” was written by Gea Cahyaulia under the guidance of Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag. and Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.*

*Keywords: Syariah Digital Marketing, Home Industry, Sales*

*The research of this thesis is motivated by the importance of cultivating a good understanding of digital marketing practices that are more in line with Islamic guidance to find out use values Islam in use digital marketing, so that you can not only make profits and get blessings in running a business but also increase sales.*

*Indonesia is a country with the largest Muslim population in the world. The large Muslim market in Indonesia causes the Muslim fashion industry to have high potential to develop and provoke more competition. This is triggered because many people are in the fashion business, especially Muslim fashion .*

*The research questions in writing this thesis are: (1) How is the syariah based digital marketing strategy carried out by Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung?; (2) How is the syariah based digital marketing strategy implemented by Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung towards sales?*

*This type of research is qualitative using a case study design. Data collection techniques with interviews, observation and documentation. Data analysis was carried out by data condensation, data presentation, and drawing conclusions. To test the validity of the data, an extension to participation, observation, triangulation of sources, techniques, and theories was used to test the validity of the data.*

*From the results of this study, the authors conclude that: (1) Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung syariah based digital marketing strategy which is carried out through websites, branding, social media (facebook, instagram, whatsapp, tiktok, youtube), and e-commerce (shopee). In accordance with Islamic marketing that puts forward ethical and moral behavior in accordance with the characteristics exemplified by the Prophet Muhammad SAW. (2) The syariah based digital marketing strategy at Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung is in accordance with Islamic marketing which emphasizes the elements of worship and muamalah in Islamic rules, experienced increases sales because the marketing strategy carried out can help promote the products by innovating terms of products, services, and marketing.*