

**PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN OMSET DENGAN
PENDEKATAN ANALISIS SWOT PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH PADA TOKO FIHADAESSIE
SURABAYA**

Ananda Mega Pratiwi

Universitas Trunojoyo Madura

anandamegapratiwi28@gmail.com

Abdur Rohman

Universitas Trunojoyo Madura

abdur.rohman@trunojoyo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kemajuan teknologi internet yang saat ini berkembang pesat di masyarakat, Strategi digital marketing menjadi jalan alternatif bagi pelaku bisnis untuk menjangkau konsumen dengan sangat luas dan cepat dalam mempromosikan produknya melalui internet dan untuk meningkatkan volume penjualan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan strategi digital marketing Fihadaessie dalam mengembangkan bisnis dengan mempromosikan produk yang dapat meningkatkan omset penjualannya yang diukur menggunakan matriks SWOT dan meninjau strategi digital marketing apakah sudah sesuai dengan prinsip marketing syariah. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Matriks IFAS, Matriks EFAS, dan Matriks SWOT untuk mengukur kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi digital marketing sudah berhasil mengimplementasikan dengan baik melalui media sosial whatsapp, instagram, shopee dan tiktok sehingga terjadi peningkatan dalam omsetnya dan penerapan strategi digital marketing sudah sesuai dengan prinsip marketing syariah. Dari hasil matriks IFAS sudah kuat dalam mengidentifikasi faktor internal, Matriks EFAS sudah baik merespon peluang yang ada dan menghindari ancaman yang datang dari pesaing.

Kata Kunci : *Strategi;Digital Marketing;SWOT;Marketing Syariah*

Abstract

This research is motivated by advances in internet technology which are currently growing rapidly in society. Digital marketing strategies are an alternative way for business people to reach consumers very broadly and quickly in promoting their products via the internet and to increase sales volume. The purpose of this study is to determine the application of Fihadaessie's digital marketing strategy in developing business by promoting products that can increase sales turnover as measured using the SWOT matrix and reviewing digital marketing strategies whether they are in accordance with sharia marketing principles. This research was conducted using a descriptive qualitative approach using the IFAS Matrix, EFAS Matrix, and SWOT Matrix to measure strengths, weaknesses, opportunities and threats. Source of data obtained from primary data and secondary data. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the implementation of digital marketing strategies has been successfully implemented through social media WhatsApp, Instragram, Shopee and Tiktok so that there has been an increase in turnover and the implementation of digital marketing strategies is in accordance with sharia marketing principles. From the results of the IFAS matrix, it is strong in identifying internal factors, the EFAS matrix is good at responding to existing opportunities and avoiding threats that come from competitors.

Keywords: Strategy; Digital Marketing; SWOT; Sharia Marketing