Abstrak

Solihah, Amalia. NIM. 2110922005. 2025. *Manajemen Strategi Pemasaran Produk Dessert And Cake Sloven Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi, Progrsm Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing (I) Dr. Bahar Agus Setiawan, S.Th.L.,M.M.Pd, (II) Muhammad Syafi'i,M.E.I

Kata kunci: manajemen strategi, dessert and cake, produk ekonomi islam

Manajemen pemasaran merupakan salah satu sarana utama yang dilakukan dalam sebuah usaha untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Disisi lain, muncul kompetitor-kompetitor baru dalam dunia bisnis sehingga memaksa suatu usaha untuk meningkatkan efektifitas, kualitas dan value dari sudut pandang pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen strategi pemasaran yang diterapkan oleh bisnis dessert sloven untuk melangsungkan usahanya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan memprioritaskan gambaran-gambaran yang terjadi saat ini atau saat lampau. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi metode dengan mengumpulkan data melalui wawancara terstruktur dengan *founder* Sloven, 2 karyawan Sloven dan 3 Pelanggan Sloven, peneliti juga menyertakan bukti-bukti dokumentasi guna memperkuat data yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukan manajemen pemasaran yang dilakukan oleh sloven wilda ialah *sales marketing* dan *direct marketing* seperti menawarkan produk kepada orang-orang tersohor dan menghubungi *costumer* secara langsung untuk membangun hubungan baik antara kedua belah pihak.