

ABSTRAK

JENI RESTI NIM 3722045, Judul Skripsi “**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SYARIAH DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK MOCHI MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) MODEL (Studi Kasus Dapoer Dilla Mochi, Kecamatan Pulau Punjung, Kabupaten Dharmasraya)**”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Syech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia mendorong UMKM untuk menerapkan strategi bisnis yang sesuai dengan prinsip halal, etika, dan keadilan. Salah satu produk makanan ringan yang memiliki potensi pasar besar adalah mochi. Dapoer Dilla Mochi merupakan UMKM di Kecamatan Pulau Punjung, Kabupaten Dharmasraya, yang sejak Agustus 2024 hingga September 2025 mengalami penurunan penjualan secara bertahap. Penurunan tersebut dipengaruhi oleh kurangnya inovasi produk, kemasan yang belum menarik, serta strategi pemasaran yang masih konvensional.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan penjualan produk mochi menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran syariah berbasis BMC melalui inovasi produk, peningkatan kualitas kemasan, penguatan promosi digital yang etis, serta perluasan segmen pasar dapat menjadi solusi dalam meningkatkan kembali penjualan dan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk Syariah, Business Model Canvas.