

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Syariah dalam meningkatkan penjualan es krim Miami pada agen di Karya Jaya dan mengetahui faktor penghambat dalam pemasaran penjualan es krim pada agen di Karya Jaya. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode kualitatif, jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran Syariah agen es krim Miami di Karya Jaya yaitu menggunakan strategi produk pada agen es krim Miami di Karya Jaya, Harga pada agen es krim Miami di Karya Jaya, tempat, dan promosi, Adapun strategi pemasaran Syariah pada agen es krim Miami di karya Jaya dianalisis menggunakan teori karakteristik pemasaran Syariah oleh Kartajaya dan Sula (2006) sukses dalam mengelola suatu bisnis atau usaha diantaranya Ketuhanan (*Rabbaniyah/religius*), Menjunjung tinggi akhlak mulia (*Akhlaqiyah*), *Realistis (Waqi'iyah)*, dan *Humanistis (Al-insaniyyah)*. Faktor penghambat dalam pemasaran es krim Miami di karya jaya terhadap pengembangan penjualan es krim Miami yaitu faktor persaingan dan belum maksimalnya penggunaan *marketplace* untuk mengembangkan produknya.

***Kata Kunci*** : *Pemasaran Syariah, Penjualan Es Krim Miami*