

ABSTRAK**Muhammad Sahal Alimuddin, 1820210090, Analisis Strategi Meningkatkan Penjualan Berbasis *E-commerce* Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus CV. Nursajaya)**

CV. Nursajaya merupakan usaha yang bergerak di bidang produksi souvenir dengan *e-commerce* sebagai media pemasarannya yang kini telah memiliki empat toko online yang ada di Shopee dan satu toko online yang ada di Tokopedia, dan saat ini beberapa toko sudah mendapatkan predikat Star Seller di Shopee dan juga beberapa produknya mendapatkan kategori produk terlaris dan tentunya untuk mencapai hal tersebut bukan hal yang mudah makadari itu peneliti ingin meneliti bagaimana strategi yang digunakan oleh CV. Nursajaya dalam menjalankan bisnisnya dan peneliti juga ingin meninjaunya dari sisi ekonomi Islam. Penelitian yang dilakukan ini bersifat kualitatif dan data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan mengumpulkan data menggunakan cara wawancara, observasi, dan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian. Dalam proses analisis data peneliti menggunakan teknik induktif yang sejalan dengan teori yang ada. Hasil penelitian yang didapatkan adalah bahwa dalam meningkatkan penjualannya CV. Mursajaya menggunakan strategi pengembangan produk, harga yang bersaing dengan kompetitor, melakukan riset produk, membuat lebih dari satu toko, meminta testimoni pembeli, dan membuka kesempatan bagi *reseller*.

Kata kunci : Strategi, *e-commerce*, penjualan