

ABSTRAK

Aditya Novrizal Ramdhani (1229220005): “*Dampak Implementasi Advantage+ dan Campaign-Level Budgeting Meta Ads Terhadap Efisiensi Biaya dan Strategi Promosi dalam Perspektif Ekonomi Syariah: Studi Kasus Attaqwa Store*”

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh transformasi sistem periklanan Meta Ads melalui fitur *Advantage+* dan *Campaign-Level Budgeting*. Perubahan ini menggeser kontrol manual pengiklan menjadi otomatisasi penuh berbasis algoritma, yang menimbulkan tantangan baru bagi pelaku usaha dalam mengelola efisiensi anggaran dan strategi pemasaran digital mereka.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak dari implementasi fitur otomatisasi Meta Ads terhadap efisiensi biaya iklan di Attaqwa Store. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pergeseran strategi promosi yang dilakukan serta meninjau seluruh praktik periklanan tersebut melalui kacamata Ekonomi Syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam dengan praktisi pemasaran, observasi langsung pada dasbor *Business Suite* Attaqwa Store, serta dokumentasi data hasil iklan. Analisis data dilakukan dengan mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan secara sistematis.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa fitur *Advantage+* mampu meningkatkan efisiensi biaya melalui optimalisasi distribusi anggaran yang lebih akurat, namun menuntut perubahan strategi yang lebih fokus pada kualitas konten kreatif (*creative-led growth*). Secara teknis, sistem ini mengurangi beban kerja manual tetapi membutuhkan pengawasan ketat pada fase *learning* agar tidak terjadi inefisiensi.

Kata Kunci: Meta Ads, *Advantage+*, Efisiensi Biaya, Ekonomi Syariah, *Israaf*.