

ABSTRAK

Muhammad Rahul Sidik 20.2.21.014. *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan hasil Penjualan Gula Merah Perspektif Ekonomi Islam di Desa Peridan Kecamatan Sangkulirang*. Skripsi jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta. Skripsi ini dibawah bimbingan Dr. Satriah M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I dan H. Zanuwar Anwari Lc, M.S.i selaku Dosen Pembimbing II.

Tujuan dari penelitian ini yaitu: (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran melalui media sosial dalam meningkatkan hasil penjualan gula merah di desa Peridan kecamatan Sangkulirang. (2) Untuk mengetahui kendala-kendala yang di hadapi dalam proses pemasaran gula merah di desa Peridan kecamatan Sangkulirang. (3) Untuk mengetahui solusi-solusi dalam menghadapi kendala dalam proses pemasaran gula merah di desa Peridan kecamatan Sangkulirang

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan deskriptif kualitatif. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta menggunakan teknik analisis data berupa pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah PPL desa Peridan dan para pengusaha gula merah yang ada di desa Peridan kecamatan Sangkulirang.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan hasil Penjualan Gula Merah Perspektif Ekonomi Islam di Desa Peridan Kecamatan Sangkulirang. menjalankan fungsi POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) terealisasi dengan melakukan promosi, diskon, melakukan pembuatan video semenarik mungkin dan membuat kemasan yang ekonomis, cara ini telah berjalan dengan baik meskipun masih terdapat hambatan. Adapun hambatan dialami produsen dalam pemasaran gula merah adalah kepercayaan konsumen meskipun produsen menawarkan promosi dan diskon terkadang konsumen masih ragu untuk membeli produk yang ditawarkan, apa lagi memberlakukan via transfer untuk pembeli yang berada di luar daerah tidak atau belum menggunakan *system cod* mungkin itu juga menjadi hambatan yang dialami dalam proses pemasaran. Adapun solusi atas kendala tersebut produsen beradaptasi dalam sebuah pemasaran yang mengalami perubahan dan perkembangan untuk memperbaharui *system* pemasaran agar para konsumen tetap bertahan serta mengikuti kegiatan bimtek baik bimtek yang *offline* maupun *online* untuk memperbarui teknik dalam *system* pemasaran masa kini.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan, Media Sosial