

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
DALAM MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN GULA
MERAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI DESA
PERIDAN KECAMATAN SANGKULIRANG**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur
Sebagai Prasyarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**



Oleh :

MUHAMMAD RAHUL SIDIK

NIM 20.1.21.014

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA
KUTAI TIMUR
2024**



Yayasan Perguruan Tinggi Agama Islam Sangatta (YPTAIS) Kutai Timur
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA KUTAI TIMUR
TERAKREDITASI B**

Berdasarkan SK BAN-PT nomor: 349/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/VI/2020 Tanggal 13 Juni 2020
Alamat : Soekarno Hatta, Kec. Sangatta Utara Kutai Timur, 75611 Telp. 0811596662
Website: <http://www.staiskutim.ac.id> E-mail: admin@staiskutim.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Setelah saya mengadakan koreksi dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara

Nama : Muhammad Rahul Sidik
NIM : 20.2.21.014
Jurusan : Syariah
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Gula Merah Perspektif Ekonomi Islam Di Desa Peridan Kecamatan Sangkulirang

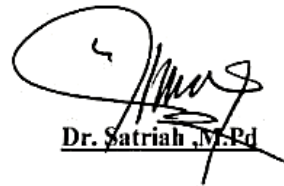
Dengan ini saya mohon agar naskah skripsi tersebut dapat dimunaqasahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Sangatta, Mei 2024

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Satriah, M.Pd


H. Zanuar Anwari, Lc., M.S.I

Mengetahui

Ketua Jurusan Syariah




Achmad Fahrudin, M.S.I



**Yayasan Perguruan Tinggi Agama Islam Sangatta (YPTAIS) Kutai Timur
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAIS) SANGATTA KUTAI TIMUR
TERAKREDITASI B**

Berdasarkan SKBAN-PT nomor: 349/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/VI/2020 Tanggal 13 Juni 2020
Alamat: Jalan Soekarno Hatta, Kec. Sangatta Utara Kutai Timur, 75611, Telp: 0811596662
Website: <http://www.staiskutim.ac.id> E-mail: admin@staiskutim.ac.id

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam
Meningkatkan Hasil Penjualan Gula Merah
Perspektif Ekonomi Islam di Desa Peridan
Kecamatan Sangkulirang.
Nama : Muhammad Rahul Sidik
Nim : 20.2.21.014
Jurusan/Prodi : Syariah/Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan di depan Tim Penguji Jurusan Syariah, Progam Studi
Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur
pada tanggal 15 Juni 2024 dan dinyatakan **LULUS** dengan predikat **Sangat
Memuaskan** dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E).

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Muchammad Abdul Basir, Lc., MH

Ketua Tim

2. Dr. Khusnul Wardan, M. Pd

Penguji Utama

3. Mustatho, M.Pd.I

Penguji I

4. Surono, M.S.I

Penguji II

5. Zulkadri, M.E

Sekretaris

Sangatta, 15 Juni 2024

STAI Sangatta Kutai Timur

Ketua

Dr. Satriah, M.Pd

PERNYATAAN

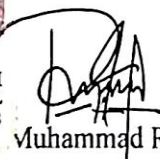
Nama : Muhammad Rahul Sidik
NIM : 20.2.21.014
Jurusan : Syariah
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Gula Merah Perspektif Ekonomi Islam Di Desa Peridan Kecamatan Sangkulirang

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini bukanlah karya dan buah pikiran yang sudah (pernah) ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini.

Sanggata, 20 Mei 2024

Yang Menyatakan,




Muhammad Rahul Sidik

MOTTO

“Masa depan tergantung pada apa yang kamu lakukan hari ini”

(Mahatma Gandhi)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan dengan

kesanggupannya”

(Q.s Al-Baqarah: 286)

“Jangan pernah berkata aku tidak bisa namun bekatalah aku belum

bisa”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamiin segala puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas karunia dan nikmat-Nya yang tidak terhitung banyaknya. Atas izin-Nya telah memperkenankan penulis sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang sederhana ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Walaupun jauh dari kata sempurna, penulis bersyukur telah mencapai titik ini. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat hingga akhir zaman.

“Skripsi ini saya persembahkan secara khusus kepada orang tua saya, kepada yang teristimewa Ayahanda Israt Almarhum dan Alimin Almarhum serta Ibunda tercinta saya Ruhainah yang tiada henti memanjatkan untaian doa dalam setiap langkah penulis dan menjadi semangat penulis untuk terus menggapai cita-cita kebahagiaan di dunia maupun akhirat”

Terimakasih kepada kaka-kakaku semua serta seluruh keluarga yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang selalu mendoakan dan mensupport saya dalam menyelesaikan pendidikan

Kepada Dosen pembimbing tugas akhirsaya, Ibu Dr. Satriah, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak H. Zanuar Anwari, Lc.,M.S.I selaku Dosen Pembimbing II

Terimakasih sudah banyak membimbing saya, dengan segala kekurangan saya, Saya ucapkan banyak terimakasih, semoga segala hal yang telah ibu/ bapak ajarkan dan sampaikan menjadi pembelajaran berharga dan menjadi amal jariyah.

Terimakasih untuk sahabat-sahabatku Mursidul Amin, Maizir dan Raihan Zulpani serta Ardiyansyah yang selama ini sama-sama berjuang dan telah banyak memberikan motivasi dan bantuan selama penyusunan skripsi.

Terima kasih untuk sahabat KKL, Komar, Amin, Zainal, Dila, Ai, Retno, Winda, Mariani, Ayni, Desi, Rusmi, yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan selama penyusunan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu ke islaman, sehingga dapat menjadi bekal hidup kita, baik di dunia dan di akhirat kelak.

Suatu kebanggaan tersendiri, jika suatu tugas dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Bagi penulis, penyusunan skripsi merupakan tugas yang tidak mudah. Peneliti sadar banyak hambatan yang menghadang dalam proses penyusunan skripsi ini, dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis sendiri. Kalaupun akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan, tentunya karena beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Untuk itu penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis menyampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Satriah, M.Pd selaku ketua STAI Sangatta Kutai Timur
2. Bapak Achmad Fahrudin, M.S.I selaku Ketua Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai Timur yang berkenan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menuntut ilmu di Jurusan Syariah.
3. Bapak Firdaus S.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur yang berkenan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menuntut ilmu di Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Dr. Satriah, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak H. Zanuar Anwari, Lc.,M.S.I selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing dengan sabar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Para Dosen pengajar dan staff karyawan Program Studi Ekonomi Syariah dan Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai Timur.
6. Kedua orang tuasaya, Almarhum Bapak Israt dan Almarhum bapak Alimin sertas Ibu tercinta saya Ruhainah yang sangat saya sayangi, yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya untuk selalu bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini dan berjuang demi kesuksesan anaknya Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebahagiaan dan membalas segala kebaikan almarhumamah ayahnda dan mama di dunia maupun di akhirat.
7. Saudara kandungku kaka-kakaku tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam segala hal, salah satunya yaitu dunia pendidikan.
8. Sahabat saya Muarsidul Amin, Maizir Ahmadin, Raihan Zulpani yang telah memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
9. Bapak Wardani Kusuma, S.Pkp selaku PPL Desa Peridan besertapara pengusaha gula merah yang telah membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Atas jasa-jasa mereka, penulis hanya memohon do'a semoga amal ibadah mereka diterima di sisi Allah SWT dan mendapatkan balasan pahala yang lebih baik serta mendapatkan kesuksesan baik itu di dunia maupun di akhirat.

Penulis dalam halini juga mengharapkan kritikan dan saran yang konstruktif dari para pembaca. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, Aamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xiii
DAFTAR PEDOMAN LITERASI	xiv
DAFTAR SINGKATAN.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah	7
C. Perumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat	10
E. Sistematika Penulisan	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori.....	13
1. Strategi Pemasaran	13
a. Pengertian Strategi pemasaran	13
b. Konsep Pemasaran	19
c. Tujuan dan Fungsi Strategi pemasaran	21
2. Media Sosial.....	23
a. Penegertian Media Sosial	23
b. Karakteristik Media Sosial	23
c. Bentuk Media Sosial	24
d. Manfaat Media Sosial Dalam Penjualan	25
3. Penjualan	26
a. Pengertian Penjualan	26
b. Tujuan Penjualan	27

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi penjualan	27
4. Tujuan Umum Strategi Dalam Pemasaran Perspektif Ekonmi Islam	31
a. Pengertian Pemasaran Islam	31
b. Konsep Pemasaran Islam	32
c. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Ekonomi Islam	34
B. Telaah Pustaka	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	40
B. Waktu Dan Tempat Penelitian	41
C. Data Dan Sumber Data.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	42
E. Teknik Analisis Data.....	44
F. Uji Keabsahan Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
B. Deskripsi Data Penelitian	66
C. Pembahasan Hasil Penelitian	74
D. Keterbatasan Penelitian.....	81
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran-saran.	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
BIODATA PENELITI	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Jumlah Penjualan Gula Merah Desa Peridan Tahun 2019-2021 ..	6
Tabel 2	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3	Jumlah Penduduk Peridan Menurut golongan Usia.....	51
Tabel 4	Jumlah Penduduk Peridan Menurut Jenjang Pendidikan.....	51
Tabel 5	Jumlah Penduduk Peridan Menurut Pekerjaan	52
Tabel 6	Stek Holder Desa Peridan	53
Tabel 7	Jumlah Penduduk Peridan berdasarkan jenisPekerjan	55
Tabel 8	Tabel Jumlah penduduk Desa Peridan Berdasarkan Jumlah Petani Gula Merah.....	55
Tabel 9	Tabel Pembagian wilayah administrative Desa Peridan Berdasarkan RT.....	56
Tabel 10	Tabel Penggunaan lahan di Desa Peridan	60
Tabel 11	Tabel Sumber Daya Manusia di Desa Peridan.....	61
Tabel 12	Tabel Daftar Sumber Daya Pembangunan di Desa Peridan	62
Tabel 13	Tabel Daftar Sumber Daya Sosial di Desa Peridan	62

DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Bagan 1. Model Analisis Data Miles and Huberman.....	46
Bagan 2. Struktur Pemerintahan Desa Peridan	57

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi dalam skripsi ini mengacu pada SKB Menteri Agama dan Mentri P dan K Republik Indonesia No. 158/1987 dan No. 0543/b/U/1987 tertanggal 22 Januari sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Konsonan Huruf Arab	Huruf Latin
ا	Ā/ā (untuk fathah panjang)
ي	Ī/ī (untuk kasroh panjang)
و	Ū/ū (untuk dommah panjang)
ث	Ṣ/ṣ
ح	Ḥ/ḥ
خ	Kh
د	D
ذ	Ḍ/ḏ
ز	Z/z
س	S/s
ش	Sy
ص	Ṣ/ṣ
ض	Ḍ/ḏ
ط	Ṭ/ṭ
ظ	Ẓ/ẓ
ع	‘
غ	G

هـ	H/h
ء	,

2. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf/transliterasinya berupa huruf dan tanda, contoh:

قَالَ Dibaca qaa>la

قِيلَ Dibaca qii>la

يَقُولُ Dibaca yaquu>lu

3. *Ta Marbutah*

Transliterasinya menggunakan:

- a. *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya *h*.

Contoh: طَلْحَةٌ dibaca thalhah

- b. Pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ dibaca raudhah al-athfaal

4. Kata Sandang

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

- a. Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الرَّحِيمِ dibaca ar-Rahiim

b. Kata sandang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai bunyinya.

Contoh: الْمَلِكِ dibaca al-Maliku

5. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *huruf*, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain. Karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh: سَبِيحًا إِلَيْهِ عَاسْتَنْطَ مَنْ dibaca Man istatha'a ilaihi sabi

DAFTAR SINGKATAN

Singkatan	Kepanjangan
SWT	: Suhanahu wa Ta'ala
SAW	: Shalallahu 'alaihiwasallam
Q.S	: Qur'aan Surah
STAI	: Sekolah Tinggi Agama Islam
PPL	: Penyuluhan Pertanian Lapangan

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	: Lembar Observasi
Lampiran 2	: Pedoman Wawancara
Lampiran 3	: Dokumentasi
Lampiran 4	: Surat Ijin Penelitian
Lampiran 5	: Surat Balasan Penelitian
Lampiran 6	: Lembar Bimbingan Skripsi
Lampiran 7	: Nilai Bimbingan Skripsi
Lampiran 8	: Surat Keterangan Cek Plagiasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Inovasi dan kreativitas sangat penting bagi para pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing produk mereka di pasar. Inovasi dapat berupa perubahan atau peningkatan kualitas produk, penambahan fitur baru, atau perubahan desain produk yang akan membuat produk tersebut lebih menarik bagi konsumen. Kreativitas dapat memberikan para pelaku usaha dalam mengembangkan ide-ide baru untuk produk atau layanan yang akan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Inovasi dan kreativitas juga dapat membantu para pelaku usaha dalam membedakan produk mereka dari pesaing dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Para pelaku usaha harus terus berinovasi dan berkreativitas agar dapat bersaing dengan baik di pasar yang terus berkembang.

Seiring dengan perkembangan zaman yang modern saat ini teknologi bukanlah hal yang asing lagi bagi masyarakat Indonesia. Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat mulai digunakan tidak hanya untuk melakukan tukar informasi, berita, dan sebagainya, namun saat ini teknologi informasi juga sudah mulai dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran guna memajukan dunia bisnis.

Media sosial kini tidak hanya digunakan sebagai media berinteraksi dan bersosialisasi saja, namun juga bisa sebagai wadah yang

efektif untuk melakukan kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk secara online, diantar media sosial yang sering digunakan sebagai media promosi yaitu WhatsApp, Facebook, dan Instagram.¹

Meskipun digital marketing menyediakan platform yang luas dan efisien untuk menjangkau audiensi global dengan biaya yang lebih terjangkau, penting untuk memahami bahwa elemen-elemen tertentu dalam strategi pemasaran mungkin tidak dapat dihindari oleh persaingan atau pesaing. Namun, ada beberapa tindakan yang dapat diambil untuk melindungi elemen kreatif dan strategi digital marketing. Selain itu, digital Tentu saja, penting bagi pengusaha

Dalam ekonomi Islam, penjualan merupakan bagian terpenting dari aktivitas ekonomi bahkan dapat dikatakan sebagai salah satu dari rukun ekonomi disamping konsumsi, distribusi, infak, zakat, nafkah, dan sedekah. Hal ini dikarenakan penjualan adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian manfaatnya dirasakan oleh konsumen. Islam menganjurkan umatnya untuk dapat mengelola atau memproduksi dan dapat berperan dalam kegiatan ekonomi,² islam sangat meridhai pekerjaan dunia dan menjadikannya sebagai ibadah. Ekonomi Islam sangat menuntun agar terlaksananya aktivitas produksi dan mengembangkannya, baik dari segi kualitas maupun dari segi kuantitas.

Islam menghendaki semua kegiatan jual beli di laksanakan semaksimal

¹Lukitasari Lukitasari dan Lia Nirawati, "Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop Queenstreet," *Jurnal Disrupsi Bisnis* 4, no. 3 (2021): 190.

²Muhammad Najatullah Shiddiqi, *Kegiatan ekonomi dalam Islam*, ed. oleh Sinar Grafindo Grafika Offishet (Jakarta, 1998), h. 152.

mungkin supaya semua kebutuhan manusia di luar sana dapat terpenuhi dengan baik dan merata.

Maka dari itu Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Mulk Ayat 15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah di jelajahi, maka jelajahi lah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki nya. Dan hanya kepada –Nyalah kamu (kembali setelah di bangkitkan).³(*Qs.Al-Mulk:15*)

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT telah memudahkan segala sesuatu yang ada di muka bumi ini untuk kita. Oleh karena itu, Allah menganjurkan kita untuk bekerja dan mencari kehidupan dengan sebaik-baiknya.

Islam juga menganjurkan dalam menjalankan strategi pemasaran produk, tentunya pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan produk-produknya dengan jujur dan tidak berbohong dan menipu, dan harus menjadi komunikator yang baik yang bisa berbicara benar dan bijaksana kepada nasabah. Kalimat-kalimat yang keluar dari ucapan seorang pemasar seharusnya berbobot. Al-Quran menyebutkan dengan istilah *qaulan sadiddan* (pembicaraan yang benar dan berbobot).⁴ Allah SWT berfirman surah An-Nisa Ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن

³Depertemen Agama, *Al-Quran dan Terjemah*, ed. oleh CV Penerbit J-ART (Bandung, 2007), h. 563.

⁴ Firman Ariyansa, “Raden Intan Lampung 1438 H / 2017 M,” 2017.

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.⁵(*Qs.An-Nisa Ayat 29*).

Produk gula merah merupakan salah satu produk olahan komoditi perkebunan yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat lainnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari baik, untuk membantu ekonomi keluarga, serta membantu ekonomi masyarakat agar menjadi sejahtera. Hal ini menunjukkan bahwa dalam mengembangkan pengolahan air nira menjadi gula merah. Hanya saja, kenyataannya dalam pengolahannya belum terkelola dengan baik, karena masih menggunakan alat produksi yang masih sederhana, sehingga dalam memproduksi gula merah masih terbatas.⁶

Gula Merah adalah merupakan usaha perseorangan yang bergerak dibidang produksi yang mengelola bahan baku air nira menjadi Gula merah. Gula merah yang mulai berdiri sejak berpuluh tahun yang terletak di desa Peridan Kecamatan Sangkulirang. Gula merah merupakan salah satu industry yang cukup berkembang di Desa Peridan.

Gula merah merupakan jenis gula tradisional yang sudah aja sejak dulu dan dibuat dari air nira yang berasal dari tandan bunga jantan pohon aren. Salah satu kriteria mutu gula aren yang telah ditetapkan oleh Standar

⁵ Departemen Agama Ri, *Al-Quran Perkata Transliterasi*, 2014.

⁶Kholid Daniel, Zainul, "Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional," *Jurnal Administrasi Bisnis* 24, no. 1 (2015): 1–9.

Nasional Indonesia (SNI) adalah warnanya. mengenai warna, telah menetapkan standar warna gula aren yaitu warna kuning kecokelatan sampai coklat.⁷

Gula Merah yang diproduksi di Desa Peridan ukurannya rata-rata 2 sampai 3 biji untuk satu kilo gramnya, berbeda dengan produksi gula merah dari daerah lain yang berukuran kecil. Gula merah Desa Peridan memiliki khas tersendiri dibanding dengan gula dari sumber lain (gula Tebu,). Gula ini mudah larut, kering dan bersih serta memiliki aroma yang khas, sehingga banyak digunakan dalam pembuatan kue, kecap dan produk lainnya.

Selain itu, pemasaran gula aren di Desa Peridan masih berjalan secara tradisional, antara lain informasi pasar yang dilakukan dari mulut ke mulut, pembuatan produk yang berdasarkan pesanan (*non continue*), jalur pemasaran yang dilakukan hanya dari produsen ke pedagang, pengumpul tergolong konvensional yaitu menitip ke kios-kios atau toko-toko di sekitar lokasi dan pasar. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Industri pengolahan gula merah yaitu Bapak Hendri Cahyadi, beliau menerangkan bahwasannya tingkat penjualan gula merah setiap tahunnya mengalami penurunan, padahal pemasarannya sudah maksimal.

⁷and Dedi Erno Sinaga. Br. Simbolon, Juliana, Roida Ervina Sinaga, Jupianus Sitepu, "Strategi Pemasaran Dan Pengolahan Gula Aren Di Desa Buluh Awar Sumatera Utara," *Strategi Pemasaran Dan Pengolahan Gula Aren Di Desa Buluh Awar Sumatera Utara*, 2022.

Berikut ini jumlah penjualan gula merah di Desa Peridan Kecamatan Sangkulirang pada Tahun Ajaran 2020-2022

Tabel 1.1

Jumlah penjualan Gula Merah Desa Peridan Tahun 2019-2021

NO	TAHUN	JUMLAH
1	2019	1.500 Biji
2	2020	1.000 Biji
3	2021	2.000 Biji

Jika dilihat table di atas bahwa setiap tahunnya jumlah penjualan mengalami penurunan. Hal ini secara tidak langsung membuktikan bahwa kurangnya minat para konsumen untuk membeli barang tersebut. Dari hal tersebut menandakan adanya permasalahan di dalam pemasaran yang mana belum dikatakan berhasil karena meskipun telah menerapkan pemasaran yang terarah tetapi belum menunjukkan hasil belum yang optimal yang dijalankan oleh industri gula merah Desa Peridan Kecamatan Sangkulirang.

Kenyataan kelemahan dalam system penjualan, pengemasannya juga masih menggunakan kemasan yang sederhana dan kurang menarik, ditambah lagi cara memasarkan masih sederhana. Menyikapi hal tersebut, maka perlu adanya perhatian dan dukungan dari semua pihak termasuk pemerintah daerah dalam menunjang pengembangan sistem pengolahan gula merah secara kontinyu dan sistematis melalui pembinaan yang lebih intensif.

Berdasarkan latar belakang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian berjudul, **“Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Gula Merah Perspektif Ekonomi Islam Di Desa Peridan Kecamatan Sangkulirang”**

B. Penegasan Istilah

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang digunakan oleh perusahaan atau instansi untuk mencapai tujuan pemasaran yang telah ditetapkan. Strategi pemasaran meliputi berbagai kegiatan, seperti menentukan harga, promosi, dan distribusi produk atau jasa yang ditawarkan.⁸

Strategi pemasaran juga suatu rencana perusahaan untuk memperkenalkan suatu brand seluas mungkin guna untuk mencapai target pelanggan dan penjualan, baik dalam konsep unsure pemasaran seperti segmentasi pasar, bauran marketing, posisi, sasaran dan sebagainya.⁹

Dari Pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan langkah awal dalam memasarkan suatu produk barang atau jasa dengan menggunakan taktik atau metode tertentu untuk menghasilkan pendapatan yang berkelanjutan bagi suatu

⁸Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar manajemen pemasaran*, ed. oleh Yogyakarta CAPS, 2014, h.58.

⁹Haedir Masnah, hapid, *Strategi Pemasaran Industri Kue Bagen* (Luwu Utara, 2012).

usaha dengan mempertimbangkan kondisi pasar, pesaing, dan tren industry.

2. Media Sosial

Kaplan dan Haenlinmen dfinisikan MediaSosial adalah suatu grup aplikasi berbasis internetyang menggunkan ideologi dan tehnologi Web dimana pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut. Sosial mediajuga memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya.¹⁰

Media sosial atau jejaring sosial juga sebuah media online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, dan berinteraksi dengan orang di seluruh dunia¹¹

Dari Pengertian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa Media sosial adalah platform daring yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain secara elektronik. Media sosial juga dapat berpartisipasi dalam berbagai aktivitas, termasuk berkomunikasi dengan teman, keluarga, dan rekan kerja,

3. Penjualan

Penjualan adalah ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual, untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.¹²

¹⁰Daniel, Zainul, "Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional."

¹¹Aris Kurniawan, "21 Ciri.," *Pengertian media Sosial Menurut Para AHli dan Dampak Positif Negatif*, n.d., gam. 16 Oktober 2018.

Sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi melalui pertukaran informasi dan kepentingan. Penjualan juga merupakan kegiatan dari pemasaran yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran terhadap suatu produk dari produsen kepada konsumen¹³

Dari Pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa penjualan merupakan proses pertukaran barang atau jasa dengan uang atau nilai lainnya antara penjual dan pembeli dan penjualan juga melibatkan aktivitas pemasaran untuk mempengaruhi pembeli agar membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual. Penjualan aspek penting dalam kegiatan bisnis, karena merupakan sumber pendapatan utama bagi perusahaan.

4. Ekonomi Islam

Menurut Muhamad Abdul Manan ekonomi Islam adalah “sebuah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi dalam masyarakat yang diilhami dari nilai-nilai Islam berdasarkan empat bagian nyata dari pengetahuan: Al-Qur’an, As-Sunnah, Ijma’ dan Qiyas”.¹⁴

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi

¹²Putu Agus Seara Jaya, *Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual Terhadap volume*, 2014, h. 3.

¹³Hendi Suhendi, “No Title,” in *Fiqh Muamalah*, PT RajaGra (Jakarta: 2008, n.d.), h.68.

¹⁴Sumarni;i, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Graha Ilmu (Yogyakarta, 2013), h,11.

konvensional lainnya. Hanya dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktivitasnya.¹⁵

Dari Pengertian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa ekonomi Islam sebagai sistem ekonomi yang menggabungkan prinsip-prinsip ekonomi konvensional dengan nilai-nilai Islam yang mendasar, seperti keadilan, kebersamaan, distribusi yang adil, kepemilikan yang diizinkan, dan larangan riba.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan dikemukakan sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi pemasaran melalui media sosial dalam meningkatkan hasil Penjualan gula merah di tinjau dari perspektif ekonomi Islam?
- b. Apakah kendala-kendala di hadapi dalam proses pemasaran gula merah di Desa Peridan Kecamatan Sangkulirang?
- c. Bagaimana solusi dalam menghadapi kendala dalam proses pemasaran gula merah di Desa Peridan Kecamatan Sangkulirang?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui strategi pemasaran melalui media sosial dalam meningkatkan hasil penjualan gula merah di Desa Peridan Kecamatan Sangkulirang.

¹⁵A.Karim ,Adiwarman, *Ekonomi Islam Suatu Kajian. Kontemporer*, Gema Insan (Jakarta, 2001).

- b. Untuk mengetahui kendala-kendala yang di hadapi dalam proses pemasaran gula merah di Desa Peridan Kecamatan Sangkulirang.
- c. Untuk mengetahui solusi-solusi dalam menghadapi kendala dalam proses pemasaran gula merah di Desa Peridan Kecamatan Sangkulirang.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran atau fondasi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian yang sama yaitu tentang strategi pemasaran melalui media sosial.

b. Manfaat Praktis

Dapat menambah bahan referensi di jurusan syariah khususnya pada Prodi Ekonomi Syariah dan terkait masalah Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan melalui media sosial di Kecamatan Sangkulirang, dapat dijadikan bahan informasi yang bermanfaat.

E. Sistematis Penulisan.

Adapun sistematika penulisan adalah untuk lebih memudahkan, memahami dan mempelajari isi penelitian. Adapun sistematika penulisan penelitian ini akan penulis rinci sebagai berikut:

- BAB I** : Pendahuluan
- yang berisikan Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.
- BAB II** : Landasan Teori
- yang berisikan Deskripsi Teori, Kajian Penelitian yang Relevan terhadap sumber yang dapat dipercaya terkait dengan penelitian yang dilakukan.
- BAB III** : Metode Penelitian
- yang berisikan Jenis Pendekatan Penelitian, Waktu dan Tempat Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Uji Keabsahan Data, dan Teknik Analisis Data.
- BABIV** : Hasil Penelitian dan Pembahasan
- yang berisikan Gambaran Objek Penelitian, Deskripsi Data Temuan Penelitian, Pembahasan Penelitian, Keterbatasan Penelitian.
- BAB V** : Penutup
- Yang berisikan Simpulan dan Saran-Saran.