

ABSTRAK

Anisah Fitri, 2021, *Penggunaan Promosi Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Batik Pada Rumah Batik MJ Di Desa Toronan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, Pembimbing: Dr. Putri Alfia Halida, Lc., M.Th.I.

Kata Kunci : *Promosi, Media Sosial, Batik*

Rumah Batik MJ merupakan salah satu tempat usaha yang bergerak dalam bidang batik yang berada di Desa Toronan. Rumah Batik MJ memulai usahanya setelah mengikuti pelatihan yaitu pada tahun 2015 sampai saat ini. Jadi, Rumah Batik MJ disini termasuk salah satu yang mempunyai usaha baru dalam bidang batik yang berada di Desa Toronan. Pada tahun 2015 pertama memulai usahanya Rumah Batik MJ mempromosikan hanya dengan cara menjualnya dipasar pada hari-hari tertentu, akan tetapi pada tahun 2017 sampai saat ini sudah mempromosikan secara online menggunakan media sosial.

Berdasarkan hal tersebut, maka ada dua permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat promosi dalam upaya meningkatkan penjualan batik pada Rumah Batik MJ; *kedua*, apakah dalam penggunaan promosi media sosial yang digunakan oleh Rumah Batik MJ dapat meningkatkan penjualan batik sesuai dengan ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informannya adalah pemilik Rumah Batik MJ dan pekerja.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *pertama*, penggunaan media sosial sebagai alat promosi dalam upaya meningkatkan penjualan batik pada Rumah Batik MJ yaitu memposting batik dari hasil karyanya sendiri di akun media sosialnya seperti *facebook* dan *whatsApp*, dengan tujuan supaya batik yang dipromosikan tersebut dikenal oleh banyak orang. Sehingga dengan menggunakan media sosial juga dapat mempermudah dalam bertransaksi, dapat mempermudah dalam menyampaikan informasi dan dapat membantu menemukan kosnumen baru dan memperluas target pasar. *Kedua*, dalam penggunaan promosi media sosial yang digunakan oleh Rumah Batik MJ dapat meningkatkan penjualan batik sesuai dengan ekonomi Islam dikarenakan ketika melakukan promosi lewat media sosial informasi yang diberikan sesuai dengan keadaan produk aslinya dan tidak mengandung unsur *gharar* didalamnya, karena pihak Rumah Batik MJ menjelaskan secara detail terhadap produk yang dijualnya supaya tidak merusak kepercayaan konsumen dan juga agar tidak ada pihak yang dirugikan.