

ABSTRAK

Sari Eka Sasmita, 2022, *Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Toko Makaroni Cengar)*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Reza Mubarak, M.Si,

Kata Kunci : *Media Sosial, Promosi, Penjualan, Perspektif Ekonomi Islam.*

Kehadiran internet sedikit mengubah cara masyarakat dalam bersosialisasi serta melakukan interaksi satu sama lain. Pada zaman serba digital saat ini, memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk melakukan penjualan dan mempromosikan usahanya. Perkembangan internet kini telah menjadi media informasi sekaligus komunikasi dalam dunia bisnis. Beberapa keuntungan dengan adanya internet yaitu dapat menjadi sebuah sarana untuk mempromosikan sebuah produk ataupun sebagai media untuk beriklan di media sosial. Dalam melakukan promosi pada media sosial dapat memberikan *feedback* yang cepat kepada perusahaan sehingga lebih mudah untuk memahami permintaan dari konsumen. Jadi, bagi perusahaan yang ingin mempromosikan produk, media sosial menjadi salah satu pilihan yang mudah meningkatkan penjualan. Akan tetapi, penjualan tidak akan mengalami peningkatan apabila promosi yang dijalankan tidak dilakukan dengan kombinasi strategi yang tepat.

Berdasarkan hal tersebut, terdapat dua permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: *Pertama*, bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada usaha toko Makaroni Cengar Pamekasan. *Kedua*, bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dalam meningkatkan penjualan ditinjau dari prespektif ekonomi Islam pada usaha toko Makaroni Cengar di Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis fenomenologis. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Prosedur pengumpulan data yang di gunakan dengan cara wawancara semi terstruktur, observasi non partisipan, dan dokumentasi. Informannya adalah pemilik Makaroni Cengar, Karyawan, dan Pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Pertama*, pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi memberikan kemudahan bagi Makaroni Cengar dalam melaksanakan penerapan dari *promotion mix* berupa iklan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan personal. *Kedua*, penggunaan media sosial dalam menjalankan strategi promosi pada Makaroni Cengar dilaksanakan berdasarkan prinsip – prinsip yang berpedoman pada ekonomi Islam yaitu dengan melakukan promosi dengan tulus, jujur dalam memberikan informasi, melakukan promosi yang bermakna serta amanah dalam melaksanakan kegiatan promosi melalui media sosial dan mampu bertanggung jawab atas promosi yang telah dilakukan di media sosial.