

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Berbasis Syariah UMKM Songkok Batik di Desa Pengangsalan Kecamatan Kalitengah Kabupaten Lamongan” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh maraknya pembelian online pada era perkembangan teknologi saat ini, media sosial sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat modern. Dari tahun ke tahun pengguna media sosial akan selalu bertambah. Dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial membuka peluang yang besar bagi pengusaha untuk memanfaatkannya guna memperluas jangkauan pemasaran usaha yang telah dimiliki.

Permasalahan yang dirumuskan oleh peneliti yaitu: (1) Bagaimana pemanfaatan media sosial dalam peningkatan penjualan berbasis syariah pada songkok dalam UMKM Songkok Batik di desa Pengangsalan kecamatan Kalitengah kabupaten Lamongan? (2) Bagaimana Hambatan pemasaran media sosial dalam peningkatan penjualan berbasis syariah pada UMKM Songkok Batik di desa Pengangsalan kecamatan Kalitengah kabupaten Lamongan? (3) Bagaimana solusi pemanfaatan media sosial dalam pemasaran terhadap peningkatan penjualan di UMKM Songkok Batik di desa Pengangsalan kecamatan Kalitengah kabupaten Lamongan?

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang memfokuskan kajian pada Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Berbasis Syariah pada UMKM Songkok Batik di Desa Pengangsalan. Teknik pengumpulan data berasal dari observasi, dokumentasi dan wawancara. Analisis data yang dilakukan ialah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini: (1) Pemanfaatan Media Sosial dalam peningkatan penjualan berbasis syariah yang dilakukan pihak UMKM songkok batik Desa Pengangsalan Kecamatan Kalitengah Kabupaten Lamongan mencakup sarana pemasaran, pemetaan kebutuhan pasar, dan sarana promosi. (2) Hambatan pemanfaatan media sosial dalam peningkatan penjualan melalui media sosial UMKM songkok batik meliputi kurangnya ketelitian dari pihak UMKM maupun pembeli. (3) Solusi pemanfaatan media sosial dalam peningkatan penjualan melalui media sosial UMKM songkok batik yaitu ketelitian dan kehati-hatian pihak penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi pembelian melalui pemanfaatan media sosial, selanjutnya pihak UMKM lebih selektif lagi dalam menjalin kerja sama dengan pihak ekspedisi agar tidak terjadi kerugian.

Kata Kunci: Peran Media Sosial,UMKM, Songkok.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Role of Social Media in Increasing Sharia-Based Sales of Songkok Batik SMEs in Pengangsalan Village, Kalitengah District, Lamongan Regency" Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI), Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, supervisor Dr. . H. Mashudi, M.Pd.I.

The research in this thesis is motivated by the rise of online purchases in the current era of technological development, social media plays an important role in the life of modern society. From year to year, social media users will always increase. With so many people using social media, it opens up great opportunities for entrepreneurs to use it to expand the marketing reach of the business they already have.

The problems formulated by the researchers are: (1) How is the use of social media in increasing sharia-based sales of songkok in Songkok Batik SMEs in Pengangsalan village, Kalitengah sub-district, Lamongan district? (2) What are the barriers to social media marketing in increasing sharia-based sales at Songkok Batik SMEs in Pengangsalan village, Kalitengah sub-district, Lamongan district? (3) What is the solution for using social media in marketing to increase sales at Songkok Batik SMEs in Pengangsalan village, Kalitengah sub-district, Lamongan district?

This study uses a qualitative descriptive method that focuses on the study of the role of social media in increasing sharia-based sales at Songkok Batik SMEs in Pengangsalan Village. Data collection techniques come from observation, documentation and interviews. Data analysis carried out is data reduction, data presentation and conclusion drawing.

The results of this study: (1) Utilization of Social Media in Marketing includes marketing tools, mapping market needs, promotion tools. (2) barriers to the use of social media in increasing sales through social media for batik songkok SMEs include the lack of accuracy on the part of SMEs and buyers. (3) solutions for the use of social media in increasing sales through social media for the batik songkok SMEs, namely the accuracy and prudence of the seller and buyer in making purchase transactions through the use of social media, then the MSMEs are more selective in collaborating with the expedition so as not to loss occurs.

Keywords: The Role of Social Media, MSMEs, Songkok