

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) merupakan salah satu bentuk upaya yang ditempuh oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DP2M), Ditjen Dikti dalam meningkatkan kualitas peserta didik (mahasiswa) di perguruan tinggi agar kelak dapat menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis dan/atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan meyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian serta memperkaya budaya nasional. Program Kreativitas Mahasiswa dilaksanakan pertama kali pada tahun 2001, yaitu setelah dilaksanakannya program restrukturisasi di lingkungan Ditjen Dikti. Kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang selama ini sarat dengan partisipasi aktif mahasiswa, diintegrasikan ke dalam satu wahana yang diberi nama Program Kreativitas Mahasiswa.<sup>1</sup>

Provinsi Bengkulu merupakan salah satu daerah penghasil ubi jalar walaupun bukan merupakan daerah sentra ubi jalar. Jumlah produksi ubi jalar di Provinsi Bengkulu pada tahun 2008 adalah sebesar 30.682 ton. Hasil panen ubi

---

<sup>1</sup> DP2M Ditjen Dikti, "Panduan Pengelolaan Hibah," 2006.

jalar tersebut belum diolah secara optimal. Oleh karena itu, BPTP Bengkulu sebagai lembaga pengkajian teknologi melalui unit Laboratorium Pasca panen mengembangkan teknologi pengolahan ubi jalar. Salah satu olahan ubi jalar yang telah dihasilkan oleh laboratorium BPTP Bengkulu adalah snack ubi jalar. Kue *kremes* sering disebut juga kue sarang burung. Kue tradisional ini berbahan dasar *ubi* dan gula merah. Pada tahun 2016 produksi Ubi Jalar mengalami peningkatan sebanyak 38.841 ton hasil ubi jalar. Semua kabupaten/kota di Provinsi Bengkulu melakukan penanaman ubi jalar, tetapi penanaman terluas dengan tingkat produksi tertinggi ubi jalar di Provinsi Bengkulu, yaitu di Kabupaten Rejang Lebong dan tertinggi kedua yaitu di Kabupaten Bengkulu Utara.<sup>2</sup>

Hasil produksi Ubi Jalar mengalami kenaikan setiap tahunnya sehingga produksi ubi jalar pun melimpah sehingga petani terpaksa menjual dengan harga yang murah dengan kisaran harga Rp 2.000 per kilo. Sehingga membuat para petani kwalahan ketika melakukan penjualan hasil produksi ubi jalar.

Di era digitalisasi seperti sekarang, semua orang mengenal media sosial (medsos) atau sosial media (sosmed). Media sosial merupakan sarana bagi pelaku ekonomi untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video terkait

---

<sup>2</sup> BPS provinsi Bengkulu, "Produksi Ubi Jalar," 2009.

produk mereka. Hadirnya media sosial ini memiliki pengaruh diantaranya memudahkan penyebaran informasi kepada setiap orang. Kondisi ini mengubah cara berkomunikasi masyarakat sekaligus sebagai sarana dalam menunjukkan eksistensi diri. Selain dapat mengurangi biaya promosi, media sosial juga memiliki jangkauan yang lebih luas dan mudah diakses dalam mempromosikan produknya dibandingkan dengan memasarkan secara konvensional.

Di awal kemunculannya, konsep pemasaran melalui pemasaran langsung, berupa penyebaran informasi dari mulut ke mulut serta media cetak. Akan tetapi, pemasaran yang dilakukan tersebut dinilai kurang efektif. Strategi pemasaran syariah tidak lain merupakan strategi bisnis syariah yang mengarah pada proses penawaran, penciptaan terhadap stakeholder sebagai satu inisiator berprinsip Al-Qur'an dan Al-Hadits menggunakan akad yang baik.<sup>3</sup>

Pemasaran melalui media sosial seperti WhatsApp merupakan pemasaran yang sangat efektif. Sebagai pelaku usaha, memiliki beberapa media sosial bahkan website sangat disarankan untuk menarik kepercayaan konsumen. Pelaku usaha dapat membuat promosi di media sosial lainnya, lalu arahkan konsumen ke WhatsApp.<sup>4</sup> Strategi

---

<sup>3</sup> Chusnul Muali and Khoirun Nisa', "Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2019): 168–185.

<sup>4</sup> Dela Astria and Mei Santi, "Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan,"

pemasaran syariah melalui WhatsApp memiliki beberapa strategi diantaranya adalah berinteraksi dan membagikan label produk di status WhatsApp.

Strategi pemasaran dalam islam mengarah ke proses penawaran, penciptaan dan perubahan nilai agar menghasilkan suatu proses sesuai prinsip serta akad bermuamalah. Nilai inti dari pemasaran Islam ialah transparansi seta integritas, pedagang tidak boleh berbohong, dan orang tidak akan membeli karena diskon atau umpan karena tidak membutuhkannya.<sup>5</sup>Hal itu tertera pada QS. Yunus ayat 59, yang berbunyi:

قُلْ أَرَأَيْتُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ لَكُمْ مِنْ رِزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ حَرَامًا وَحَلَالًا ۗ قُلْ إِنَّ اللَّهَ  
أَذِنَ لَكُمْ أَمْ عَلَى اللَّهِ تَفْتَرُونَ

*Katakanlah (Muhammad), “Terangkanlah kepadaku tentang rezeki yang diturunkan Allah kepadamu, lalu kamu jadikan sebagiannya haram dan sebagiannya halal.” Katakanlah, “Apakah Allah telah memberikan izin kepadamu (tentang ini) ataukah kamu mengada-ada atas nama Allah?”*

Pemasaran melalui media Instagram adalah dengan cara membuat sebuah konten yang menarik sehingga dapat

---

*Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)* 8, no. 2 (2021): 246–270, <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>.

<sup>5</sup> Maolina Nurdin, “Pengaruh Strategi Pemasaran Islami Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting Di Instagram Pada Masyarakat Surabaya,” *Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation* 1, no. 2 (2021): 89–101.

menarik perhatian konsumen dan membuat profil Instagram dengan label produk tersebut.

Konsep pemasaran Islam haruslah didasari oleh filsafat dasar Islam. Dan konsep dasar filsafat Islam adalah Tauhid atau oneness. Dari konsep dasar ini kemudian akan melahirkan karakteristik pemasaran Islam.<sup>6</sup>

Dalam penjualan Kremes Ubi, cara untuk meningkatkan harga penjualan agar pendapatan ekonomi masyarakat meningkat produsen harus Menambah Produk atau Layanan untuk Meningkatkan Profit Bisnis dan tingkatan nilai jual kepada pelanggan agar omset dari penjualan meningkat.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Syariah Melalui WhatsApp Pada Usaha Kremes Ubi ?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran Syariah Melalui Instagram Pada Usaha Kremes Ubi ?

## **C. Tujuan Program**

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran Syariah Melalui WhatsApp Pada Usaha Kremes Ubi.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran Syariah Melalui Instagram Pada Usaha Kremes Ubi.

---

<sup>6</sup> Muhammad Anwar Fathoni, "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam," *Jurisdictie* 9, no. 1 (2018): 128.

#### **D. Manfaat Program**

1. Menambahkan pengetahuan tentang cara membuat dan memasarkan Kremes Ubi
2. Mampu menghasilkan produk yang berkualitas.
3. Mampu menarik perhatian konsumen.
4. Menghasilkan cemilan yang gurih, enak dan lezat.
5. Meningkatkan produksi ubi jalar yang mana merupakan diservasi produk berbasis potensi lokal, akan meningkatkan terciptanya kreativitas mahasiswa dan masyarakat.
6. Mempopulerkan kembali Kremes Ubi.

#### **E. Luaran yang Diharapkan**

1. Menghasilkan Kremes Ubi dengan rasa manis dan pedas yang sangat menarik .
2. “Krubi” Kremes Ubi ini insya Allah akan memiliki surat izin untuk memasarkan produk ini dan saya harapkan bisa berjalan sesuai dengan keinginan dan harapan.
3. “Krubi” Kremes Ubi ini tidak perlu dikawatirkan dan insya allah sudah aman dan berlabel halal.