

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH USAHA “KRUBI”
(KREMES UBI) MELALUI MEDIA SOSIAL**



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH

VALENTHA DEWANTRY
1911130119

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU, 2023 M/1444 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
 Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Selebar Kota Bengkulu 38211
 Telepon (0736) 51276-51171-51172 Faximile(0736)51171
 Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran Syariah Usaha Krubi” (Kremes Ubi) Melalui Media Sosial** yang disusun oleh:

Nama : **Valentha Dewantry**

NIM : **1911130119**

Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Bentuk Tugas Akhir : **Program Kreativitas Mahasiswa**

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang **Munaqasyah Tugas Akhir** pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Bengkulu, 10 Februari 2023 M

19 Rajab 1444 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr.H.Supardi, M.Ag
 Nip. 196504101993031007

Yetti Afrida Andra, M.Ak
 NIDN. 0214048401

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Yeni Sumarni, M.M
 Nip. 197904162007012020

Scanned with CamScanner



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
 Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Selebar Kota Bengkulu 38211
 Telepon (0736) 51276-51171-51172 Faximile(0736) 51171
 Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN
 Tugas Akhir dengan Judul **“Strategi Pemasaran Syariah Usaha “Krub” Kremes Ubi Melalui Media Sosial”** Yang disusun oleh:

Nama : **Valentha Dewantry**
 Nim : **1911130119**
 Program Studi : **Ekonomi Syariah**
 Bentuk Tugas Akhir : **Program Kreativitas Mahasiswa**

Telah diuji dan dipertahankan didepan tim sidang **Munaqasyah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati, Sukarno Bengkulu,

pada: Hari : **Rabu**
 Tanggal : **31 Mei 2023**

Dinyatakan **LULUS**, Telah diperbaiki, dapat diterima dan di sahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang **Ekonomi Syariah** dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, **Mei 2023**
 Dzulq’adah 2023

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Yetti Afrida Indra, M.Ak
 NIDN. 0214048401

Penguji I

Penguji II

Kusfin Hartini, M.A
 NIDN. 2002038102

Dr. Nurul Hak, M.A
 NIP. 196606161995031002

Mengetahui



Dr. Supard, M.A
 NIP. 196504101993031007

Dipindai dengan...

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “ **Strategi Pemasaran Syariah Usaha “Krubu” (Kremes Ubi) Melalui Media Sosial**” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Februari 2023 M
Rajab 1444 H



Valentha Dewantry
NIM. 1911130119

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Syariah Usaha “*Krubi*” Kremes Ubi Melalui Media Sosial Oleh Valantha Dewantry NIM. 1911130119

Tujuan dari penelitian adalah Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial baik Instagram maupun Whatsapp. Secara garis besar menerapkan beberapa macam strategi pemasaran syariah yang memiliki empat elemen yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Kremes Ubi merupakan cemilan manis yang berasal dari sunda. Yang terbuat dari bahan baku ubi jalar dan gula aren. Dalam proses pemasaran kremes Ubi ini melakukan promosi melalui media social seperti Instagram dan WhatsApp. Hal yang dicapai ialah Kremes Ubi ini sudah banyak selama kurang lebih dari dua bulan ini dan telah menyelesaikan pelatihan S-PIRT dantelah memperoleh Nomor Induk Berusaha dan produk ini dinyatakan lulus dan aman untuk dikonsumsi. Hasil dari penelitian Usaha Kremes Ubi ini adalah Menghasilkan Kremes Ubi yang baik untuk dikonsumsi baik untuk kalangan anak-anak sampai kedewasa. Karena bahan-bahan yang digunakan sudah higienis dan aman.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran Syariah, Media Sosial*

ABSTRACT

***Sharia Marketing Strategy for the "Krubu" Kremes Ubi
Business Through Social Media
By Valantha Dewantry
NIM. 1911130119***

The purpose of the research is to find out how the marketing strategy is through social media, both Instagram and Whatsapp. Broadly speaking, implementing several types of sharia marketing strategies which have four elements consisting of product, price, place, and promotion. Kremes Ubi is a sweet snack that comes from Sundanese. Made from sweet potato and palm sugar. In the marketing process, sweet potato creams carry out promotions through social media such as Instagram and WhatsApp. What has been achieved is that this Sweet Potato Kremes has been abundant for more than two months and has completed the S-PIRT training and has obtained a Business Identification Number and this product has been declared passed and safe for consumption. The result of the research on Sweet Potato Kremes Business is Producing Sweet Potato Kremes which is good for consumption, both for children and adults. Because the materials used are hyg

Keyword : Sharia Marketing Strategy, Social Media

MOTTO

**"Ya Allah Jika Aku Tak Pandai Dalam Berdo'a KepadaMu,
Engkau Maha Tahu Apa yang Ada dihatiku, Maka
Kabulkanlah"**

By. Valentha Dewantry

**"Sesungguhnya Allah tidak Akan Mengubah Nasib Suatu kaum
sehingga Mereka Mengubah Keadaan yang Ada Pada Diri
Mereka Sendiri."**

(Q.S Ar-Ra'd: 11)

BENGKULU

ESITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
ESITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
ESITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
ESITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
ESITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
ESITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
ESITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
ESITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
ESITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
ESITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

PERSEMBAHAN

Rasa Syukur tak terhingga Kepada Allah SWT Tuhan Semesta Alam yang maha segalanya atas Kesempatan, Keridhoan, dan Kenikmatan yang telah diberikan, Skripsi ini ku persembahkan kepada

1. Saya Ucapkan Terima Kasih Kepada Allah SWT Atas Semua Nikmat Yang Telah Allah Berikan, Sehingga Saya Bisa Menyelesaikan Tugas Akhir Ini Tepat Waktu

2. Teruntuk Kedua Orang Tua Ku yang Sering Aku Panggil Dengan Sebutan Ayah (Bapak Awaludin) dan Wanita Hebat Ku yang Sering Aku Panggil Dengan Sebutan Ibu (Ibu Hasfitra Dewi) Aku Persembahkan Skripsi Kecil Ku Ini Sebagai Tanda Sujud Syukur Ku Karena Tanpa Ayah Ibu Saya Tidak Bisa Apa-Apa, Terima Kasih Banyak Atas Semua Dukungan Serta Didikan Nya.

3. Saya Ucapkan Terima Kasih Banyak Kepada Kedua Pembimbing Bapak Dr.H.Supardi, M.Ag dan Ibu Yetti Afrida Indra, M.Ak . Karena Telah Membimbing Saya Sehingga Saya Bisa Menyelesaikan Skripsi Ini Dengan Baik.

4. Kakak ku Pandora Kamandaka dan Erick Ultra Dwi Sanjaya Tercinta yang Telah Membuat ku terus Berjuang tanpa kenal kata lelah.

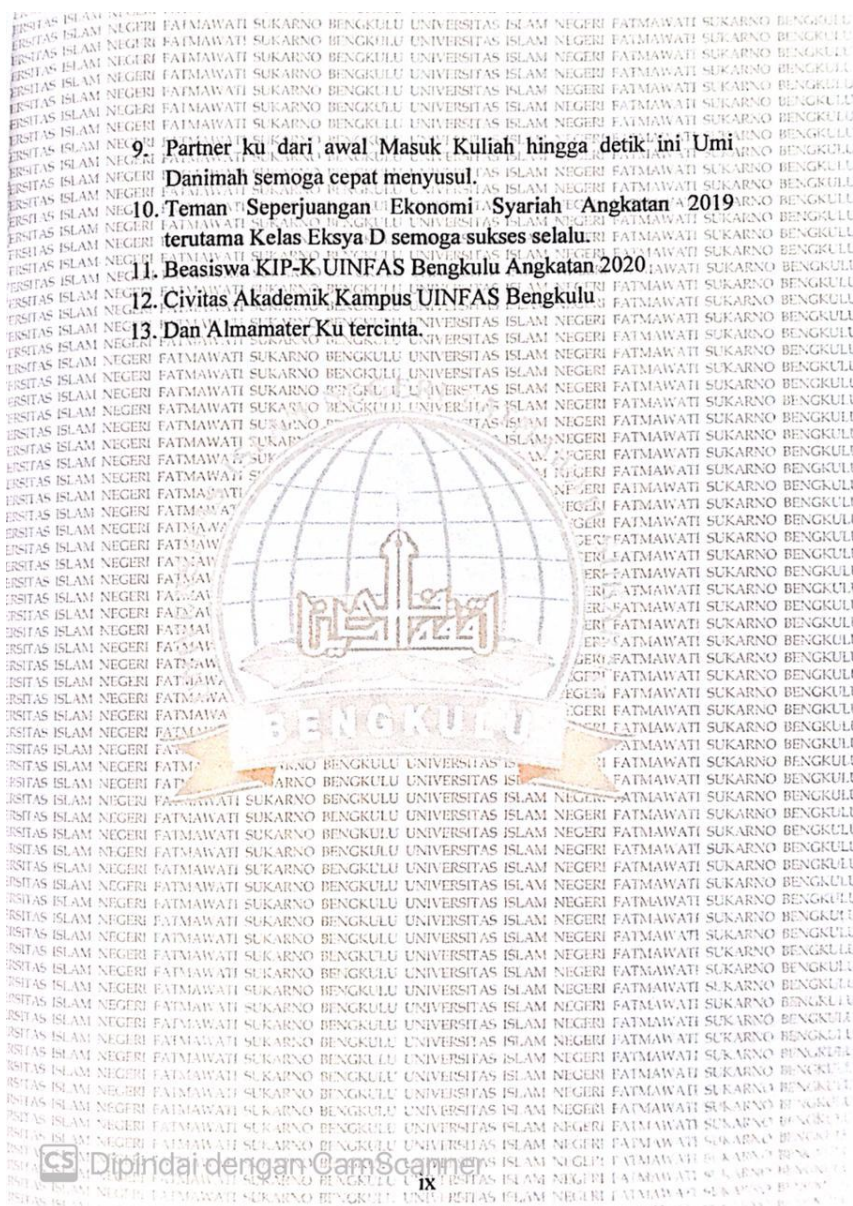
5. Adik ku Gustira Ratu Dewana dan Dekha Putra Dewanta yang paling aku cintai, terima kasih atas supportnya.

6. Sahabat kecil ku Yolanda Wulandari terima kasih sudah menjadi sahabat yang selalu ada dalam suka maupun duka Semangat.

7. Teruntuk Keluarga Besar dari Ayahanda dan Ibunda Tanpa Terkecuali Terima Kasih Atas Dukungan Serta Motivasinya.

8. Teman Seperjuangan KKN Kelompok 84 Terutama Nadya Sisi, dan Dera. Terima kasih Kalian Selalu Membuat Saya Kuat sampai Dititik ini.





- 9. **Partner Ku dari awal 'Masuk Kuliah' hingga detik ini Umi Danimah semoga cepat menyusul**
- 10. **Teman Seperjuangan Ekonomi Syariah Angkatan 2019 terutama Kelas Eksya D semoga sukses selalu**
- 11. **Beasiswa KIP-K UINFAS Bengkulu Angkatan 2020**
- 12. **Civitas Akademik Kampus UINFAS Bengkulu**
- 13. **Dan Almamater Ku tercinta.**

CS Dipindai dengan CamScanner

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Strategi Pemasaran Syariah Usaha “*Krubi*” (Kremes Ubi) Melalui Media Sosial** “. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik didunia maupun akhirat.

Penyusun Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengungkap masalah beberapa masalah dalam proses pemasaran Krubi dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Zulkarnain, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk membina ilmu di UINFAS.
2. Dr. H. Supardi, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dan Pembimbing I yang telah

membimbing kami dalam proses penyelesaian tugas akhir dan memberikan kemudahan kepada kami selama masa perkuliahan.

3. Yenti Sumarni, MM. ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Yetti Afrida Indra, M.Ak Selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan motivasi, semangat serta arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendoakan kesuksesan penulis.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan

saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis
ke depan.

Bengkulu, Mei 2023

Valentha Dewantry

NIM. 1911130119



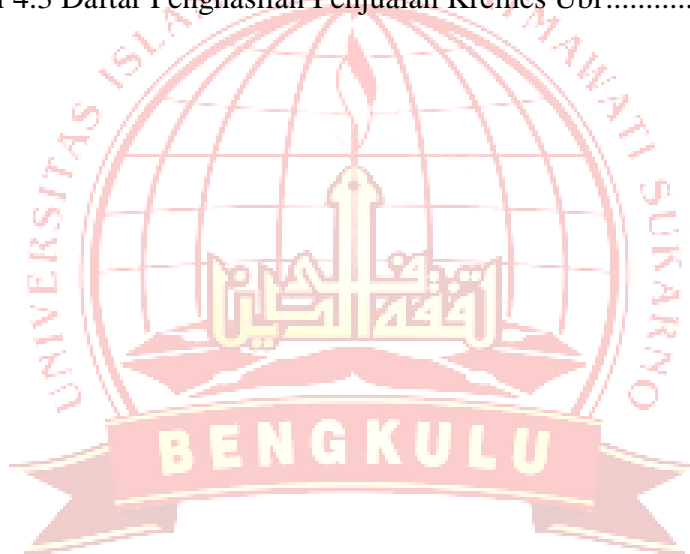
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Program.....	5
D. Manfaat Program.....	6
E. Luaran yang Diharapkan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Pengertian Strategi Pemasaran	7
1. Pengertian Strategi	7
2. Pengertian Pemasaran	8
3. Strategi Pemasaran.....	9
B. Konsep Dasar Pemasaran Syariah.....	10
1. Pengertian Strategi Pemasaran Syariah.....	10
2. Strategi Pemasaran Syariah.....	12
3. Proses Pemasaran	18
4. Perumusan Strategi Pemasaran Syariah	19

5. Karakteristik Pemasaran Syariah	21
C. Pengertian Media Sosial.....	22
1. Instagram.....	22
2. WhattApps.....	23
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	27
A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan	27
B. Alat dan Bahan.....	29
C. Proses Pembuatan.....	30
D. Pangsa Pasar.....	32
E. Proses Pemasaran.....	33
F. Analisa Kelayakan Usaha/Program.....	37
G. Analisa Keuntungan.....	38
H. Rencana Anggaran Biaya.....	40
I. Rencana Jadwal Kegiatan	45
BAB IV HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANGSUNGAN	48
A. Gambaran Umum Kremes Ubi.....	48
B. Hasil yang dicapai berdasarkan Luaran program	50
C. Potensi Keberlanjutan	56
BAB V PENUTUP	57
A. Evaluasi.....	57
B. Kesimpulan.....	57
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan PKM.....	28
Tabel 3.2 Alat yang digunakan Dalam Proses Produksi	29
Tabel 3.2 Bahan-Bahan yang Digunakan.....	28
Tabel 3.8 Anggran Biaya Proses Produksi.....	38
Tabel 3.9 Jadwal Kegiatan PKM	45
Tabel 4.3 Daftar Penghasilan Penjualan Kremes Ubi.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Proses Pemasaran.....	18
Gambar 4.1 Merk Produk.....	49
Gambar 4.2 Strategi Pemasaran Melalui WhattsApp	51
Gambar 4.3 Strategi Pemasaran Melalui Instagram.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Proses Produksi

Proses Pemasaran

Label Produk

Penyuluhan Keamanan Pangan

