

**PROMOSI BISNIS ONLINE PRODUK NASA MELALUI
MEDIA SOSIAL UNTUK PENINGKATAN EKONOMI
KELUARGA**

(Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga Di Pemalang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

IIF FAUZIYAH
NIM. 4117061

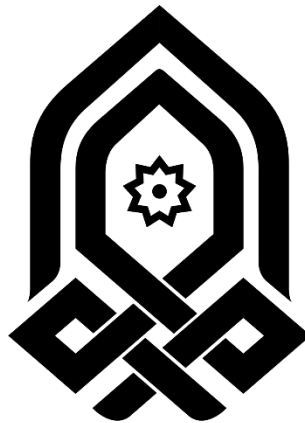
**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**PROMOSI BISNIS ONLINE PRODUK NASA MELALUI
MEDIA SOSIAL UNTUK PENINGKATAN EKONOMI
KELUARGA**

(Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga Di Pemalang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

IIF FAUZIYAH
NIM. 4117061

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Iif Fauziyah

NIM : 4117061

Judul Skripsi : Promosi Bisnis Online Produk Nasa Melalui Media Sosial
Untuk Peningkatan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Pada
Ibu Rumah Tangga Di Pecalang)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pecalang, 2 Oktober 2021

Yang Menyatakan,



Iif Fauziyah

NOTA PEMBIMBING

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S. H., M. H.

Jl. Jenggala No. 69 Perum Gama Permai Pekalongan Barat

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Iif Fauziyah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Iif Fauziyah

NIM : 4117061

Judul Skripsi : Promosi Bisnis Online Produk Nasa Melalui Media Sosial
Untuk Peningkatan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Pada
Ibu Rumah Tangga Di Pemalang)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 2 Oktober 2021
Pembimbing,



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H.

NIP 19750220199903200



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl.Pahlawan No.52 Kajen Pekalongan, www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara :

Nama : Iif Fauziyah
NIM : 4117061
Judul Skripsi : **Promosi Bisnis Online Produk Nasa Melalui Media Sosial
Untuk Peningkatan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus
Pada Ibu Rumah Tangga Di Pemalang)**

Telah diujikan pada hari Kamis-Jumat tanggal 21-22 Oktober 2021 dan
dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi(S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I


Dr. Zawawi, M.A
NIP. 197706252008011013

Penguji II


Muhammad Aris Safi'i, M.E.I
NIP. 197510122015031004

Pekalongan, 25 Oktober 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Shinda Dewi Rismawati, S.H., M.H

NIP. 19750220 199903 2 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Ayah dan Ibu tercinta, terimakasih atas segala kasih sayang, cinta dan doa Ayah dan Ibu yang selalu mengiringi setiap langkahku, selalu memberi dukungan penuh dalam setiap perjalanan meraihcita-cita.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
4. Saudara-saudaraku yang telah mendukung, membantu dan mendoakan dengan tulus sehingga saya mampu untuk menyelesaikan pendidikan ini.
5. Untuk sahabat-sahabatku, sekaligus teman seperjuangan Ekos B 2017 dan UKM Sigma terima kasih kalian telah membawa keceriaan, memberikan warna dan cerita diperjalanan kuliahku dari semester awal sampai akhir ini.
6. Serta semua pihak yang mendukung dalam terselesainya skripsi ini yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu, terimakasih.
7. Seluruh Informan penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
8. Dan untuk diriku sendiri, terima kasih telah berjuang sejauh ini.

MOTTO

“Jika kamu tidak tahan terhadap penatnya belajar, maka kamu akan
menanggung bahayanya kebodohan”

-Imam Syafi'i-

ABSTRAK

IIF FAUZIYAH. Promosi Bisnis Online Produk Nasa Melalui Media Sosial Untuk Peningkatan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga Di Pemalang).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui media sosial yang paling efektif digunakan para Ibu rumah tangga dalam menjalankan bisnis online Produk Nasa dan untuk menganalisis dampak promosi bisnis online melalui media sosial untuk peningkatan ekonomi keluarga yang dilakukan oleh para Ibu rumah tangga menurut bisnis Islam.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Informan penelitian ini ialah pelaku bisnis nasa pemalang yang berjumlah kurang lebih 15 orang tetapi berdasarkan purposive sampling diambil 5 Informan. Informan penelitian ini ialah ibu rumah tangga (pemilik/penjual produk nasa), anggota keluarga (suami), serta konsumen. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Keabsahan data dengan menggunakan triangulasi metode dan sumber. Selanjutnya untuk metode analisis data menggunakan reduksi, penyajian, dan verifikasi/kesimpulan.

Hasil penelitian ini bahwa media sosial yang efektif digunakan para ibu rumah tangga (stokis nasa) untuk media promosi bisnis online yaitu facebook dan website karenamudah digunakan, dapat meningkatkan penjualan dan konsumen, biaya promosi murah. Dampak promosi bisnis online Produk Nasa melalui media sosial untuk peningkatan ekonomi keluarga yang dilakukan oleh para Ibu rumah tangga ternyata sudah selaras dengan prinsip-prinsip bisnis Islam.

Kata kunci : promosi, bisnis online, media sosial, peningkatan ekonomi keluarga

ABSTRACT

IIF FAUZIYAH. Online Business Promotion of Nasa Products Through Social Media for Improving the Family Economy (Case Study on Housewives in Pemalang).

This study purpose to determine the most effective social media used by housewives in running an online business of Nasa Product and to analyze the impact of online business promotion through social media for improving the family economy carried out by housewives according to Islamic business.

This research is a type of field research with a qualitative approach. The Informants of this study were Nasa Pemalang business people, which amounted to approximately 15 people, but based on purposive sampling, 5 informants were taken. The informants of this study were housewives (owners/sellers of Nasa products), family members (husbands), and consumers. The data sources used are primary data and secondary data. Methods of collecting data by interview, observation, and documentation. The validity of the data by using triangulation of methods and sources. Furthermore, for the data analysis method using reduction, presentation, and verification/conclusion.

The results of this study are that social media is effectively used by housewives (nasa stockists) for online business promotion media, namely facebook and websites, because they are easy to use, can increase sales and consumers, low promotional costs. The impact of promoting the online business of Nasa Product through social media for improving the family economy carried out by housewives has in fact been in line with Islamic business principles.

Keywords : promotion, online business, social media, family economic improvement

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan sekaligus dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
3. Dr. Tamamudin, M.M., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
4. Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
5. Happy Sista Devy, M.M., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
6. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)

7. Pihak pelaku usaha Nasa, Anggota Keluarga (Suami), serta Konsumen Nasa, yang telah bersedia dijadikan sebagai subjek penelitian saya dan telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
9. Sahabat sahabat saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah mendukung saya secara moral dan memberikan arahan selama proses penyelesaian studi saya.

Akhir kata saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu saya. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi yang membaca dan untuk pengembangan ilmu.

Pekalongan, 2 Oktober 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lif Fauziyah', with a stylized flourish at the end.

Lif Fauziyah

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Landasan Teori	14
B. Kerangka Berpikir	26
C. Penelitian yang Relevan	28
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Pendekatan Penelitian.....	36
C. Setting Penelitian	36
D. Subjek Penelitian dan Sampel	37
E. Sumber Data	38
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Teknik Keabsahan Data.....	41
H. Metode Analisis Data	44

BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	45
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
	B. Media Sosial Yang Efektif Digunakan Para Ibu Rumah Tangga (Stokis Nasa) Dalam Menjalankan Bisnis Online	51
	C. Dampak Promosi Bisnis Online Melalui Media Sosial Untuk Peningkatan Ekonomi Keluarga Yang Dilakukan Oleh Ibu Rumah Tangga (Stokis Nasa) Menurut Bisnis Islam	62
BAB V	PENUTUP	84
	A. Simpulan	84
	B. Keterbatasan Penelitian	85
	DAFTAR PUSTAKA.....	86
	LAMPIRAN	

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543/u/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia, kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut :

1. Konsonan

Fenomena-fenomena konsonan dalam bahasa arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar dan transliterasi dengan huruf latin

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengan titik diatas)

ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We

هـ	ha'	Ha	Ha
ء	Hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َـي	Fathah dan ya	Ai	adan i
َـو	Fathah dan wau	Au	adan u

Contoh :

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa`ala

سُئِلَ - suila

كَيْفَ - kaifa

حَوْلَ - haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا...ىَ	Fathah dan alif atau ya	A	adangaris di atas
ىِ...	Kasrah danya	I	i dan garis di atas
وُ...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh :

قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta' marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua :

1) Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah “t”

2) Ta' marbutah mati

Ta' marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”

3) Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - rauḍahal-aṭfāl

-rauḍatulaṭfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnahal-

Munawwarah

-al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَة - talḥah

5. Syaddad

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

6. Kata sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

- 3) Baik diikuti huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

الرَّجُلُ - ar-rajulu

الشَّمْسُ - asy-syamsu

الْقَلَمُ - al-qalamu

الْجَلَالُ -al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

تَأْخُذُ - ta'khuẓū

النَّوْءُ - an-nau'

سَيِّئٌ - syai'un

إِنَّ - inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wainnallāhalahuwakhairarrāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairurrāziqīn

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

Bismillāhimajrehāwamursahā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf Kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya : huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdulillāhi rabbi al-

`ālamīn

Alhamdulillāhirabbil `ālamīn

الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānirrahīm

Ar-rahmānar-rahīm

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh :

اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhugafūrunrahīm

لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-

amrujamī`an

Lillāhil-amrujamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan

ilmu tajwid karena itu peresmian transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Stokis Nasa, 4
Tabel 4.1	Data Informan Penelitian, 52

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Kerangka Berpikir, 27
- Gambar 4.1 Media Sosial Sebagai Promosi Bisnis Online, 55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Izin Penelitian, I
Lampiran 2	Pedoman Wawancara, II
Lampiran 3	Transkrip Wawancara, Observasi dan Catatan Lapangan, V
Lampiran 4	Dokumentasi, XXXIX
Lampiran 6	Riwayat Hidup Penulis, XLII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi telah merambah keberbagai kalangan, terutama dari anak muda sampai yang tuapun masih termotivasi untuk mengikuti dan mempelajari perkembangan teknologi informasi, dalam sosial media zaman modern saat ini banyak dimanfaatkan untuk media bisnis. Bisnis yang tidak lagi dilakukan secara offline saja melainkan bisa online.

Di era digital saat ini, komunikasi pemasaran yang sedang tren adalah media sosial, media online yang memudahkan seseorang untuk berkontribusi, berbagi informasi, membuat weblog dan dunia virtual yang digunakan oleh seluruh komunitas. Media sosial merupakan jejaring sosial yang digunakan untuk kegiatan pemasaran, berupa gambar, font dan lain-lain untuk meningkatkan penjualan melalui media elektronik (online) guna mendorong konsumen untuk meningkatkan awareness dan citra perusahaan. (Deru & Cindy, 2017).

Penerapan *advertising and marketing online* telah bertumbuh dan dipakai menjadi alat pemasaran produk untuk mengenalkan brand dari suatu perusahaan. Pemasaran jaringan media sosial merupakan pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran. Media sosial salah satu media promosi yang

efisien dan langsung ke sasaran, lalu konsumen memperoleh informasi. (Ferdianty dan Widayati, 2019).

Fungsi Promosi menggunakan media sosial dapat mencari dan mendapatkan konsumen, menumbuhkan ketertarikan pada konsumen serta mengembangkan rasa ingin tahu dari konsumen. Tujuan dari promosi untuk memberikan atau mengenalkan produk pada pangsa pasar, harga serta khasiat yang bisa diperoleh dari produk tersebut. (Wahyu Nita, 2018)

Dalam penelitian Arum Wahyuni Purbohastuti berjudul “Efektivitas Media sosial Sebagai Media Promosi”, media sosial sangat efisien bagi promosi bisnis online karena iklan media sosial sangat mudah diakses dimanapun dan kapanpun, bahkan dengan promosi yang tidak berbayar dan memiliki pangsa pasar yang lebih tinggi. Kita dapat berinteraksi secara independen dan terbuka melalui jejaring sosial. Kemudian dengan memperbaharui status serta postingan yang kita punya adalah salah satu wujud agar dikenal secara luas (Arum, 2017).

Seiring berkembangnya zaman, begitu pula dengan gaya hidup manusia. Semua aspek kehidupan berubah secara tidak langsung. Pola pikir orang dipaksa untuk berubah agar membantu merevitalisasi waktu. Oleh karena itu, perlu dilakukan transformasi sistem perdagangan online. Pada kemajuan era digital, pelaku bisnis banyak yang bermunculan, tidak hanya dari remaja, dewasa, melainkan dari usia lanjut terutama ibu rumah tangga. Hal ini terjadi karena kebutuhan semakin tinggi kemudian pada era modern seorang istri menggunakan penuh media sosialnya sebagai bisnis online

untuk membantu perekonomian keluarga. Tugas ganda pun dilakukan, menjadi seorang ibu rumah tanggadan *entrepreneurship*. (Astutik, S., & Zulaikha, Z. 2020)

Bisnis online yang sedang banyak dipasaran saat ini adalah produk kecantikan dan kesehatan dari berbagai perusahaan. Karena banyak sekali peminat dari produk kecantikan dan kesehatan yang dapat memenuhi kebutuhan para konsumen. PT Natural Nusantara bergerak dari oktober 2002 di Yogyakarta Jl. Saliwangi No. 72, Salakan, Trihanggo, Kec. Gamping, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Bisnis yang dijalankan yaitu bisnis produk Nasa.

Para pelaku usaha bisnis produk nasa dalam pemasarannya menggunakan cara online dan offline dalam mempromosikan produk tersebut. Para stokis maupun distributor memasarkan produknya dengan cara daring menggunakan sosial media misalkan aplikasi Whatsaap, jejaring sosial seperti facebook, instagrammaupun marketplace. Produk Nasa sangat beragam yakni produk pertanian dan peternakan, pengendali hayati, kesehatan, rumah tangga, kosmetik dan perawatan tubuh dan teknologi inovasi, dengan harga terendah Rp 25.000 hingga Rp 570.000

Nasa memiliki banyak stokis dalam membantu mempromosikan produknya. Istilah Stokis adalah tempat bagi konsumen dan distributor produk yang dikelola oleh perorangan atau perkumpulan organisasi untuk membeli dan mendistribusikan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau pemasok barang. Stokis Nasa merupakan tempat selling

point atau tempat yang digunakan sebagai pusat informasi serta sarana informasi untuk penjualan produk nasa yang dibawah atau dikelola oleh seseorang yang menjadi pengelola serta ditunjuk langsung oleh PT Natural Nusantara (NASA) melalui syarat-syarat tertentu yang diberikan oleh pihak NASA. Stokis juga untuk memperluas pasar dan pengembangan jaringan wilayah pemasaran seluruh produk-produk NASA itu sendiri agar lebih cepat dalam menjangkau pasaran. Para stokis dan member tidak hanya ada di satu daerah saja, mereka bisa ditemukan disetiap provinsi di indonesia. Khususnya di kota pemalang telah memiliki stokis nasa aktif sekaligus member dari perusahaan nasa. Stokis Nasa yang ada di Kota Pemalang berjumlah 15 orang, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1

Stokis Nasa

No	Nama Stokis	Alamat	Telepon
1.	Fasa Syarifah	Jl. Warungpring Pakembaran, Karangtuan, Pakembaran, Warungpring, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52354	0853-8513-6021
2.	Fitriyah	Dukuh Bengkeng RT 11 RW 03 Mereng, Bengkeng Kidul, Kec. Warungpring,	0815-7539-3173

		Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52358	
3.	Zulfiyani	Jl. Tamtama Gg. Merak 3 No. 19 RT 04 RW 04 Jatimulyo, Petarukan, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52362	0823-2655-7838
4.	Widya Astuti	Perum Pedurungan Asri Gg. Mawar No. 21 RT 003 RW 001 Beji, Taman, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52361	0853-2522-7319
5.	Muamah Mesaroh	Jl. Wora wari dusun seger RT 03 RW 07 Kabunan Taman, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52361	0877-3661-2392
6.	Saadah Handayani	Jl. Kepodang RT 05 RW 03, Kelurahan Widuri, Kec. Pemalang, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52314	0815-6950-111
7.	Muhammad Ibaad	Moga, Kabupaten	0853-2565-6001

		Pemalang jawa tengah 52354	
8.	Salimin	Jl. Raya Moga RT 01 RW 01 Karang Sari, Kec. Pulosari, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52355	0819-1157-5054
9.	Aris Hidayat	Gombang Bedahan RT 02 RW 05 Belik, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52356	0853-25030752
10.	Sulastri	Jl. Raya Gili Tugel, RT 039 RW 005 Desa Cibuyur, Kec. Warungpring, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52358	0853-2800-7035
11.	Eva Lestari	Jl. Raya Mangli, Randudongkal, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52353	0822-1870-4228
12.	Cicik Ayu Utami	Rembul Petapean RT 16 RW 02 Kel. Rembul, Kec.	0838-6196-8743

		Randudongkal, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52353	
13.	Yuliani Kurrota Anyuningtias	Sewaka RT 02 RW 07, Pemalang, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52319	0822-2304-6319
14.	Rizki Khoirunisa	Jl. Pisang RT 02 RW 07, Sewaka, Cengis, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52319	0852-9078-1258
15.	Asmo Wibowo	Jl. Desa Beluk Mejlagklak RT 34 RW 08, Kec. Belik, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52356	0812-9494-2499

Sumber : Data Stokis Nasa

Berdasarkan Tabel 1.1 Nasa memiliki banyak stokis yang tersebar luas di wilayah Indonesia, terutama dikota Pemalang. Dengan adanya stokis maupun member menandakan bahwa produk nasa sangat terkenal dikalangan masyarakat. Nasa merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang produk kecantikan, kesehatan, agrokomples (pertanian, peternakan,dan perikanan) sampai produk home care yang lain. Produk ini sangat aman untuk digunakan karena telah mendapat sertifikat halal dari MUI dan dinas

kesehatan. PT Natural Nusantara memiliki cabang dalam mendistribusikan produknya. Distributor ini adalah ujung tombak dalam pemasaran produk perusahaan kepada konsumen. Disinilah banyak ibu rumah tangga yang telah bergabung di bisnis Nasa, terutama di kota Pemalang untuk meningkatkan perekonomian keluarganya.

Pemalang memiliki posisi strategis baik di sektor komersial maupun pemerintahan. Diketahui juga, memiliki produk unggulan seperti sentral anyam ATBM, konveksi, kerajinan kulit ular, sapu glagah dan banyak yang bisa dikembangkan di tanah pemalang. Namun dengan berkembangnya zaman, banyak masyarakat pemalang yang tidak lagi mengandalkan pekerjaan sebagai buruh, melainkan mulai memanfaatkan media sosial sebagai media usaha, terutama para ibu rumah tangga. Bisnis yang dijalankan ialah bisnis produk nasa. Produk nasa cukup diminati oleh kaum muda maupun para orang tua, pada zaman sekarang banyak pekerjaan dari seorang petani, ibu rumah tangga rumahan, maupun wiraswasta menjadi penjual produk nasa dari penjualan offline maupun online.

Banyak ibu rumah tangga yang bergabung di bisnis nasa karena bisnis yang dijalankan sangat variabel, bisa diselesaikan dimana dan kapan saja dan oleh siapa pun tanpa terikat waktu, keuntungan bergabung di nasa yaitu penghasilan yang didapatkan dari hasil penjualan produk, mendapatkan bonus untuk setiap poin penjualan yang diberikan oleh perusahaan. Bisnis nasa tidak memuat riba, karena jelas tidak ada aktivitas bunga berbunga ataupun aktivitas transaksi keuangan yang tidak jelas, serta

tidak mengandung unsur gharar, karena akad pemberian bonus ada di depan, perhitungan laba penjualan jelas bahkan dalam bentuk buku, bisnis nasa juga bukan penipuan baik penipuan system dan produknya, nasa terus progresif dan berkembang, bahkan bisnis nasa tidak mengandung unsur judi, semua penghasilan di bisnis nasa murni berdasarkan hasil kerja keras dari stokis maupun distributor. Serta tidak ada unsur eksploitasi atau kedhaliman. Setiap stokis nasa bisa mendapatkan penghasilan mencapai 5.000.000.00,- hingga 10.000.000.00,- setiap bulannya.

Kegiatan promosi oleh para stokis maupun distributor produk nasa ini dilakukan terus-menerus di sosial media. Di dalam islam kegiatan promosi perlu menghindari perilaku berbohong, penipuan, dan mempublikasikan sesuatu dengan mengatas namakan halal. Etika yang diterapkan dalam penjualan produk nasa ini sesuai dengan syariah dalam penjualannya, seperti produk halal dan diajarkan untuk menyisihkan 2,5 % untuk sadaqah dari pendapatannya.

Bersumber pada deskripsi diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Promosi Bisnis Online Produk Nasa Melalui Media Sosial Untuk Peningkatan Ekonomi Keluarga yang dilakukan oleh para Ibu rumah tangga di Pemalang dalam prespektif Bisnis islam”**.

B. Rumusan Masalah

1. Media sosial mana yang paling efektif digunakan para ibu rumah tangga sebagai media promosi Produk Nasa dalam menjalankan bisnis onlinenya?
2. Bagaimana Dampak Promosi Bisnis Online Produk Nasa Melalui Media Sosial Untuk Peningkatan Ekonomi Keluarga yang dilakukan oleh para ibu rumah tangga menurut bisnis Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah

- a. Untuk menjelaskan media sosial yang paling efektif digunakan para ibu rumah tangga sebagai media promosi dalam menjalankan bisnis online Produk Nasa.
- b. Untuk menganalisis dampak promosi bisnis online Produk Nasa melalui media sosial untuk peningkatan ekonomi keluarga yang dilakukan oleh para ibu rumah tangga menurut bisnis Islam

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan pengetahuan ekonomi islam khususnya pada teori bisnis islam, serta memberikan kontribusi keilmuan yang mengkaji tentang Promosi Bisnis Online Produk Nasa Melalui Media Sosial Untuk Peningkatan

Ekonomi Keluarga yang dilakukan oleh para Ibu rumah tangga dalam prespektif Bisnis islam dan pemberian gagasan dari penulis yang akan mengerjakan riset selanjutnya. Memperluas pengetahuan mahasiswa lain serta sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

i. Bagi Peneliti

Bagi penulis berharap bisa memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai bisnis online dan strategi promosi online serta bermuamalah sesuai dengan bisnis islam. Selain itu, riset ini berguna bagi penulis untuk mengembangkan dan menambah pengetahuan secara teoritis dan praktis.

ii. Bagi pelaku usaha

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan dan bekal bagi pelaku usaha, sekaligus sebagai koreksi untuk meningkatkan hasil kerja sebuah perusahaannya. Selain itu, dapat mengembangkan promosi dalam penjualan produk nasa melalui media sosial.

iii. Bagi instansi-instansi pengembangan kewirausahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membuat pelatihan-pelatihan yang mengajarkan cara meningkatkan pendapatan, khususnya bagi ibu rumah tangga untuk memperkuat pentingnya

social entrepreneur atau pelaku usaha yang melakukan bisnis sekaligus membawa kesejahteraan masyarakat.

iv. Bagi masyarakat

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan perspektif kepada masyarakat untuk mempelajari lebih jauh tentang berbisnis online melalui media sosial.

v. Bagi Lembaga Pemerintahan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk membantu memberikan perhatian dan pembinaan secara berkelanjutan seperti penelitian, pendidikan, penyuluhan, dan pendampingan kepada perusahaan yang akan menerapkan program bisnis secara online maupun offline untuk pengembangan strategi promosi, selain itu, penelitian ini diharapkan Pemerintah dapat berkontribusi dalam memajukan agrokomples, produk kecantikan, kesehatan, maupun produk home care dari produk nasa untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di indonesia.

D. Sistematika Pembahasan

Ada 5 bab dalam penelitian ini. Setiap bab memiliki sub-bab untuk mengatur pembahasan secara sistematis. Berikut deskripsinya :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis akan memaparkan landasan teori, kerangka berpikir, dan penelitian yang relevan

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan alur penelitian yang akan dilakukan, yaitu mencakup jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data dan metode analisis data

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menerangkan gambaran umum objek penelitian, media sosial yang efektif digunakan para ibu rumah tangga (Stokis nasa) dalam menjalankan bisnis online, dan dampak promosi bisnis online melalui media sosial untuk peningkatan ekonomi keluarga yang dilakukan oleh ibu rumah tangga (Stokis nasa) menurut bisnis islam.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan maka diperoleh kesimpulan antara lain :

1. Media sosial sangat efektif digunakan para ibu rumah sebagai media promosi dalam menjalankan bisnis online Produk Nasa yaitu pada media facebook dan website dengan alasan media tersebut yang sangat mudah digunakan oleh kalangan ibu rumah tangga, dan jaringan yang sangat luas bisa mendapatkan konsumen lebih banyak dari media tersebut dan biaya promosinya relative murah.
2. Dampak promosi bisnis online Produk Nasa yang melalui media sosial untuk peningkatan ekonomi keluarga yang dilakukan oleh para Ibu rumah tangga menurut bisnis Islam ternyata sudah selaras dengan prinsip-prinsip bisnis islam. Hal ini dikarenakan pada penjualannya tidak melakukan penipuan, riba maupun kecurangan apapun dan selalu menyisihkan 2,5% - 10% untuk sadaqah dari hasil pendapatannya. Selain itu dampak dari promosi bisnis online melalui media sosial bagi ibu rumah tangga (stokis nasa) sangatlah menguntungkan dapat membantu perekonomian keluarga, serta testi keberhasilan yang dijadikan sebagai promosi memang benar adanya. Keberhasilan yang didapatkan dari bergabung bisnis Nasa bisa untuk membantu kebutuhan pokok maupun kebutuhan masa depan.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan maksimal namun penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasan yang ada. Berikut keterbatasan yang ada dalam penelitian ini antara lain :

1. Dalam melakukan sesi wawancara harus menghubungi narasumber terlebih dahulu untuk memastikan ketersediaan waktunya untuk bisa diwawancarai dan memastikan narasumber memiliki waktu luang. Sehingga hal demikian sangat menguras waktu peneliti dalam menggali data.
2. Adanya pandemi Covid-19 menyebabkan wawancara secara langsung tidak maksimal, pertemuan dilakukan secara singkat. Sehingga pengamatan terhadap informan hanya berjalan beberapa kali saja dan wawancara sering kali diselingi dengan online dan offline
3. Kurang mampunya narasumber mencerna pertanyaan peneliti sehingga peneliti harus menyederhanakan pertanyaan dengan bahasa yang umum didengar. Hal itu menjadi salah satu faktor yang menyulitkan peneliti menggali data
4. Adanya narasumber yang tidak mau untuk foto atau dokumentasi. Sehingga peneliti hanya bisa mengambil beberapa dokumentasi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Panji. (2011). *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arsyad, Azhar. (2013). *Media Pembelajaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Burhanuddin S. (2011). *Hukum Bisnis Syariah*. Yogyakarta : UII Press.
- Bungin, Burhan. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologi Arah Ragam Varian Kontemporer)*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. (2006). *Metodologi penelitian kuantitatif : komunikatif, ekonomi, kebijakan publik dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta : kencana.
- Doriza, Shinta. (2015). *Ekonomi Keluarga*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Hadi, Sutrisno. (1986). *Metodologi Penelitian Research*. Bandung : Sinar Harapan.
- Hardiansyah, Haris. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Huanika.
- Hermawan, Agus. (2012). *komunikasi pemasaran*. Jakarta : Gelora Aksara Pertama.
- Karim, M. Rusli. (1993). *Berbagai Aspek Ekonomi Islam*, Yogyakarta : PT Tiara Wacana Yogya Bekerjasama Dengan P3EL UII Yogyakarta.
- Kasmir. (2006). *kewirausahaan*, Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Indonesia : PT Macana Jaya Cemerlang.
- M. Zein, Satria Efendi. (2008). *Ushul Fiqh*. Jakarta : Kencana.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo : Zifatama Publisher.
- Mardani. (2017). *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta : Prenada Media.
- Mardani. (2012). *Hadis Ahkam*. Jakarta : Rajawali Press.
- Morissan. (2010) *periklanan komunikasi terpadu*. Jakarta : kencana media grup
- Muhammad. (2002). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN

- Dawwabah, Asyraf Muhammad. (2007). *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*. Semarang : Pustaka Nuun
- Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta : PT Grasindo Widiarsana Indonesia.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi penelitian*. Banjarmasin : Antasari Press
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta CV
- Soekanto, Soerjono. (1990). *Sosiologi sesuatu pengantar*. Jakarta: PT Raja grafindo Persada.
- Tanjung, Muhammad Azrul. Fikri. dkk. (2013). *Meraih Surga Dengan Berbisnis*. Jakarta : Gema Insani
- Tim Prima Pena. (2015). *Kamus Besar Indonesia*. Gita Media Press.
- Wikan, Pribadi. (2010). *16 Cara Efektif Mendatangkan Pelanggan Lewat Internet*. Jakarta: Bukune
- Astutik, Sri. Zulaikha. (2020). Menambah penghasilan keluarga dengan memanfaatkan media sosial di kalangan ibu-ibu rumah tangga. *Journal Community Development and Society*, 2(1).
- Augustinah, Ferdianty. Widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*. (4), 2, 5.
- Astutik, Sri. Zulaikha. (2020). Menambah Penghasilan Keluarga Dengan Memanfaatkan Media Sosial Di Kalangan Ibu-ibu Rumah Tangga. *Journal Community Development And Society*. Edisi 1, (2), 41.
- Fitria, Tira Nur. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. (3), 1, 55-58.
- Indika, Deru R. Cindy Jovita. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*. (1), 26.
- Latipah, Ipah. (2020). Pemberdayaan Perempuan Melalui Pemanfaatan Media Youtube Dalam Meningkatkan Keterampilan Wirausaha. *Jurnal Comm-Edu*. (3), 1, 89.
- Nikmah, Farika. (2017). Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*. (11), 1, 49.

- Oktavianti, Santi. (2021). Pengaruh Hadirnya Inovasi Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Promosi Perdagangan Elektronik di Palembang. *Jurnal Media Ekonomi dan Kewirausahaan*, (1), 1, 1-12.
- Pradiani, Theresia. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jibeka*. (11), 2, 52.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*. (12), 2. 212 – 213.
- Poetra, Reza Riesnanda. Nevrettia Christantyawati. (2017). Model AIDA : Pola Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab. *Jurnal Komunikasi Profesional*. (1), 1, 29.
- Rosiyana, Leli. dkk. (2017). Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami. *Jurnal Administrasi Bisnis*. (53), 1, 196.
- Septianingrum, Liana Dwi. Dkk. (2020). Pengenalan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga Majelis Taklim Al Auladiyah. *Dedikasi PKM*. (1), 3, 1-8.
- Situmeang, Rosinta Romauli.(2018). Dampak Bisnis Online dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab di Kota Medan. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. (3), 3, 323.
- Suharsono, Riyanto Setiawan. Rini Purnama Sari. (2019). Pengaruh Promosi Media Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*. (1), 2, 43.
- Utama, Dwija. (2017). Penerapan Pembelajaran The Learning Cell Untuk Meningkatkan Motivasi Dan Hasil Belajar Tematik Dengan Tema Selalu Berhemat Energi Pada Siswa Kelas IV SDN Banyuanyar 1 Surakarta Semester 1 Tahun Pelajaran 2016/2017. *Jurnal Pendidikan*. Edisi 35, (9), 83.
- Vernia, Dellia Mila. (2017). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*. (1), 2, 107.
- Alvia, Risa. (2020). Dampak Viral Marketing Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Kuliner Melalui Media Sosial Instagram (Studi Promosi Kuliner Pada AkunInstagram @TheVintage_Metro Di Kota Metro). *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Metro
- Hidayat, Muhammad Arief. (2020). Desain Iklan Marketplace Untuk Menarik Minat Konsumen (Studi Iklan Online Shop Shopee). *Skripsi*, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari. Banjarmasin

- Irawan, Heri. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin. Makassar
- Nuriski Wahyu Nita Kurrotaa'yun. (2018). Implementasi Online Promotion Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Behijab Tulungagung. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya
- Nurlita, Rizki. (2018). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Mata Kuliah Kewirausahaan. *skripsi*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang
- Rufaidah, Siti Laila. (2019). Pengaruh Bisnis Online Produk Kosmetik Batrisiya Terhadap Pendapatan Ibu Rumah Tangga Di Ciceri Kota Serang. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin. Banten
- Sari, Anisa Firma. (2017). Promosi Produk Kecantikan Dan Kesehatan DiTinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Metro
- Sholehah, Afifatus. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi (Studi deskriptif kualitatif pada produk teh pikameame di Yogyakarta. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri (UIN). Yogyakarta
- Tangga, Ibu Rumah. Stokis Nasa. Wawancara. Agustus 2021
- Yulianti. (2019). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop DiTinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan. Lampung