

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis Islam melalui media sosial pada usaha mikro Salad Gemoy yang berletak di kecamatan Kamal, kabupaten Bangkalan, dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT pada pengumpulan datanya. Dalam konteks perkembangan teknologi digital yang pesat, media sosial seperti WhatsApp dan Instagram telah menjadi alat pemasaran yang vital, terutama bagi usaha yang berbasis syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini peneliti langsung melakukan, wawancara, observasi dan dokumentasi. Sehingga dalam hal ini peneliti mendapat informasi langsung yang di dapatkan di lapangan. Di dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwasannya usaha mikro ini masih menghadapi berbagai tantangan serta hambatan dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan daya saing dalam pengembangan bisnisnya. Beberapa hambatan yang ada, yakni kurangnya sumber daya manusia yang paham tentang strategi pemasaran digital serta minimnya pemahaman tentang cara memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat pengembangan bisnis.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa Salad Gemoy memiliki kekuatan pada kualitas produk yang premium dan halal, strategi pemasaran kreatif, serta harga yang kompetitif. Peluang usaha ini terletak pada meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap makanan sehat dan jangkauan luas yang ditawarkan media sosial. Namun, usaha ini juga dihadapkan pada kelemahan, seperti kurangnya sumber daya manusia yang paham pemasaran digital, serta ancaman dari persaingan ketat dan tren digital yang cepat berubah. Akan tetapi berdasarkan analisis Matriks IFAS dan Matriks EFAS Salad Gemoy ini dapat mengatasi ancaman dengan memanfaatkan peluang dan meminimalisir kelemahan dengan adanya peluang.

Hasil penelitian pengembangan bisnis berbasis media sosial yang dilakukan Salad Gemoy telah menerapkan nilai-nilai Bisnis Islam, sekaligus memberikan model strategi yang relevan bagi usaha mikro lain di era digital. Adanya strategi ini tidak hanya mendukung pertumbuhan bisnis, tetapi juga mencerminkan komitmen terhadap prinsip Islam dalam aktivitas ekonomi.

Kata Kunci : Strategi, Bisnis Islam, Analisis