

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Pemerintah Desa dalam memasarkan produk UMKM guna meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengetahui pandangan ekonomi islam tentang strategi Pemerintah Desa dalam memasarkan produk UMKM guna meningkatkan pendapatan masyarakat. Pemerintah Desa German telah membuat berbagai strategi untuk memasarkan produk UMKM guna meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun setelah diterapkan strategi tersebut, pendapatan UMKM Desa German mengalami kenaikan dan penurunan pendapatan setiap tahunnya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi. Teknik analisis data menggunakan tiga pendekatan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan oleh Pemerintah Desa yaitu German Sunday Market (GSM), bazar ramadhan, bazar se kecamatan, tampilan kemasan yang lebih baik serta pemasaran online, dan pembuatan poster. Strategi Pemerintah Desa dalam Memasarkan Produk UMKM guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dalam perspektif Ekonomi Islam sudah mengimplementasikan konsep pemasaran secara islam yaitu strategi yang telah diterapkan Pemerintah Desa memberikan manfaat dan tidak merugikan UMKM. Strategi tersebut dijalankan dengan karakteristik pemasaran islam yaitu tidak melakukan kecurangan, jujur, tidak menjual produk yang diharamkan, menjelaskan kelebihan dan kelemahan produk, dan tidak membedakan antara konsumen satu dengan yang lain.

Kata Kunci: Pemerintah Desa, Pemasaran Islam, Ekonomi Islam

ABSTRACT

This study aims to determine the village government's strategy in marketing UMKM products in order to increase people's income and to find out the sharia economic view of the village government's strategy in marketing UMKM products in order to increase people's income. The German village government has made various strategies to market UMKM products to increase people's income. However, after implementing this strategy, the income of German village UMKM has increased and decreased every year.

The research method used in this study is a descriptive qualitative research method. Data collection method using interviews, documentation, and observation. Data analysis techniques use three approaches, namely data reduction, data presentation, and concluding drawing.

The results of the study indicate that the strategy used by the village government is German Sunday Market (GSM), ramadhan bazaar, district bazaar, better packaging display and online marketing, and poster making. The village government's strategy in marketing UMKM products to increase people's income in an Islamic Economic perspective has implemented and Islamic marketing concept, namely a strategy that has been applied by the village government to provide benefits and not harm UMKM. This strategy is carried out with Islamic Marketing characteristics, namely not cheting, being honest, not selling prohibited products, explaining product strengths and weaknesses, and not discriminating between consumers with one another.

Keywords: Village Government, Islamic Marketing, Islamic Economics