

ABSTRAK

Ade Alfia Suci Ramadani. 105 251 109 320. *ULASAN STRATEGI PEMASARAN RUMPUT LAUT DI DESA PUNAGA KECAMATAN MAGARABOMBANG KABUPATEN TAKALAR.* Dipandu oleh Bapak Fakhruddin Mansyur, S.E.Sy., M.E.I dan Muhammad Ridwan. S.H.I., M.H.I

Skripsi ini meneliti strategi pemasaran rumput laut di Desa Punaga, Kecamatan Mangarabombang, Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan, dengan fokus pada penerapan etika bisnis Islam. Desa Punaga memiliki potensi besar dalam budidaya rumput laut, namun strategi pemasaran yang diterapkan oleh para petani masih terbatas, didominasi oleh penjualan langsung kepada pengumpul. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan dan meninjau sejauh mana etika bisnis Islam diimplementasikan dalam kegiatan tersebut.

Skripsi menekankan pentingnya peningkatan strategi pemasaran dengan mengembangkan branding, promosi, dan jaringan pemasaran yang lebih luas. Sealing itu, skripsi merekomendasikan program pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan pemahaman etika bisnis Islam di kalangan petani rumput laut sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka dan menunjang pembangunan ekonomi di wilayah tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan SmartPLS 4.1. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 20 orang petani/pengusaha rumput laut sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran masih terbatas dan terdapat keterbatasan dalam pemahaman etika bisnis Islam di kalangan petani, meskipun mereka telah menerapkan prinsip-prinsip seperti kejujuran dan keadilan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Rumput Laut, Etika Bisnis Islam, Akad Murabahah, Desa Punaga

ABSTRACT

Ade Alfia Suci Ramadani. 105 251 109 320. REVIEW OF SEAWEED MARKETING STRATEGY IN PUNAGA VILLAGE, MAGARABOMBANG DISTRICT, TAKALAR REGENCY. Guided by Mr. Fakhruddin Mansyur, S.E.Sy., M.E.I and Muhammad Ridwan. S.H.I., M.H.I

This thesis researches seaweed marketing strategies in Punaga Village, Mangarabombang District, Takalar Regency, South Sulawesi, with a focus on the implementation of Islamic business ethics. Punaga Village has great potential in seaweed cultivation, but the marketing strategy applied by farmers is still limited, dominated by direct sales to collectors. This research aims to analyze the marketing strategies that are applied and review the extent to which Islamic business ethics are implemented in these activities.

Thesis emphasizes the importance of improving marketing strategies by developing branding, promotion, and a wider marketing network. Sealing that, the thesis recommends education and training programs to increase the understanding of Islamic business ethics among seaweed farmers so that they can improve their welfare and support economic development in the region.

This research uses quantitative methods with data analysis using SmartPLS 4.1. The data was collected through a questionnaire that was distributed to 20 seaweed farmers/entrepreneurs as samples. Research results show that marketing strategies are still limited and there are limitations in understanding Islamic business ethics among farmers, even though they have applied principles such as honesty and fairness.

Keywords: Marketing Strategy, Seaweed, Islamic Business Ethics, Murabahah Agreement, Punaga Village