

ABSTRAK

Nama : Aulia Yasmin Syah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk UMKM (Studi Pelaku Usaha Weekend Snack di Kelurahan Muarasari)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha Weekend Snack di Kelurahan Muarasari dan juga untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha Weekend Snack tersebut sudah menerapkan Etika Bisnis Islam. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik Miles dan Huberman dan juga matriks daftar cek, pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Weekend Snack dalam melakukan penjualannya menggunakan strategi bauran pemasaran, yaitu Produk dengan menjual produk cacat kemasan dari produk terkenal, Strategi harga yang menawarkan harga lebih murah dari pasaran, strategi tempat dan distribusi dengan cara menawarkan pesan antar gratis jika jarak dekat dan tarif murah bila jarak jauh, dan strategi promosi menggunakan media sosial. Strategi dari Weekend Snack jika ditinjau dengan Etika Bisnis Islam sudah sesuai dengan kelima prinsip etika bisnis Islam seperti Kesatuan dalam memilih produk yang dijualnya Weekend Snack menentukan produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dan memperhatikan kehalalan dari produk, Keseimbangan yaitu harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas, Kehendak Bebas yaitu tidak melakukan praktik mal seperti penimbunan barang, dan menumbuhkan sikap tolong-menolong sebagai implikasi kegiatan, Tanggung Jawab yaitu rela mengganti rugi apabila terdapat keluhan konsumen, dan Kebenaran yaitu tidak menyembunyikan kekurangan dari produk yang dijual, oleh karena itu dapat dikatakan bahwa Weekend Snack dalam kegiatan pemasarannya sudah menerapkan Etika Bisnis Islam.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Etika Bisnis Islam, Strategi Pemasaran, UMKM

ABSTRACT

Name : Aulia Yasmin Syah
Study Program : Sharia Economics
Title : Review of Islamic Business Ethics on MSME Product Marketing Strategies (Study of Business Actors Weekend Snack in Muarasari Village)

The purpose of this study was to find out the marketing strategy implemented by Weekend Snack business actors in the Muarasari Village and also to find out whether the strategy implemented by the Weekend Snack business actors had implemented Islamic Business Ethics. The data analysis technique used is the Miles and Huberman technique and also the checklist matrix, data collection through interviews and documentation. The results showed that the strategy undertaken by Weekend Snack in selling it used a marketing mix strategy, namely products by selling defective product packaging from well-known products, a pricing strategy that offered lower prices than the market, a strategy of place and distribution by offering free delivery if short distances and cheap rates for long distances, and promotion strategies using social media. The strategy of Weekend Snack, when viewed from Islamic Business Ethics, is in accordance with the five principles of Islamic business ethics, such as Unity in choosing the products it sells. Free, namely not doing mall practices such as hoarding goods, and fostering an attitude of mutual help as an implication of activities, Responsibility, namely being willing to compensate if there are consumer complaints, and Truth, namely not hiding deficiencies from the products sold, therefore it can be said that Weekend Snack in its marketing activities it has implemented Islamic Business Ethics.

Keywords: Islamic Business Ethics, Marketing Mix, Marketing Strategy, SMEs

الملخ ص

الاسم : اوليا ياسمين شاه برنامج الدراسة : اقتصاديات الشريعة

العنوان : مراجعة أخلاقيات العمل الإسلامية في استراتيجية تسويق المنتجات في المشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر (دراسة ممثلي الأعمال فيعطلة نهاية الأسبوع للوجبات الخفيفة في قرية معصرة

كان الغرض من هذه الدراسة هو معرفة استراتيجية التسويق التي نفذتها الجهات الفاعلة التجارية فيوجبات خفيفة في عطلة نهاية الأسبوع في قرية معصري وأيضًا لمعرفة ما إذا كانت الاستراتيجية التي نفذتها الجهات الفاعلة في وجبات خفيفة في عطلة نهاية الأسبوع قد نفذت أخلاقيات العمل الإسلامية. تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي تقنية مايلز وهوبرمان وأيضًا مصفوفة قائمة المراجعة وجمع البيانات من خلال المقابلات والتوثيق. أظهرت النتائج أن الإستراتيجية التي اتبعتها وجباتخفيفة في عطلة نهاية الأسبوع في بيعها استخدمت استراتيجية المزيج التسويقي، وهي المنتجات عنطريق بيع عبوات المنتجات المعيبة من المنتجات المعروفة، وهي استراتيجية تسعير قدمت أسعارًا أقل من السوق، واستراتيجية لوضعها وتوزيعها عن طريق تقديم خدمة التوصيل المجاني إذا كانت المسافاتقصيرة وبأسعار رخيصة لمسافات طويلة، واستراتيجيات الترويج باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

إن إستراتيجية وجبات خفيفة في عطلة نهاية الأسبوع، عند النظر إليها من أخلاقيات العمل الإسلامية، تتوافق مع المبادئ الخمسة لأخلاقيات العمل الإسلامية، مثل الوحدة في اختيار المنتجات التي تبيعهاوجبات خفيفة في عطلة نهاية الأسبوع، وتحديد المنتجات وفقًا لاحتياجات المجتمع ، والاهتمام إلى حلاله المنتج، التوازن ، أي السعر المحدد وفقًا للجودة ، الرغبات الحرة ، أي عدم القيام بممارسات مراكز التسوق مثل اكتناز السلع، وتكوين موقف من المساعدة المتبادلة كتضمين للأنشطة، والمسؤولية، أي الاستعداد للتعويض إذا كانت هناك شكاوى من المستهلكين، والحقيقة، أي عدم إخفاء أوجهالقصور من المنتجات المباعة ، فيمكن القول إن

وجبات خفيفة في عطلة نهاية الأسبوع في أنشطتها التسويقية قد نفذت أخلاقيات العمل الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: إستراتيجية التسويق، أخلاقيات العمل المتوافقة مع الشريعة

الإسلامية، المزي جالتسويقي، المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة