

ABSTRAK

Natasyah, Ayu, 2022 “STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG IKAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR KLIWON SAWO DUKUN GRESIK” Unisada Lamongan Pembimbing (1) SYUHADA’, M.E.I (2) AHMAD MUNIR HAMID, S.E., M.SEI.

Kata kunci : Strategi Pemasaran dan Etika Bisnis Islam.

Strategi merupakan suatu kerangka berfikir yang disusun secara sistematis dan terencana yang bersifat jangka panjang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dengan individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran ikan di Pasar Kliwon Sawo dan pandangan etika bisnis terhadap pedagang ikan di Pasar Kliwon Sawo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang mengambil latar di Pasar Kliwon Sawo penelitian ini diilustrasikan dengan model tabel dan gambar. Metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang ikan ada beberapa hal yang diperhatikan yaitu produk ikan, harga ikan, distribusi ikan, dan promosi ikan. Strategi pemasaran di Pasar Kliwon Sawo belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.