

ABSTRAK

Misbakhuddin, Mohammad, 2024, *Strategi Pemasaran Gula Merah dalam Perspektif Etika Bisnis Islam pada “CV. Mandiri Jaya” Desa Tunggun Jagir Kecamatan Mantup Kabupaten Lamongan*, Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Darul Ulum Lamongan, Pembimbing (1) Syuhada', M.EI, Pembimbing (2) Ahmad Munir Hamid, S.E, M.SEI

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Etika Bisnis Islam

Di masa sekarang ini sering sekali dalam dunia bisnis menggunakan teori-teori dengan mengindahkan etika Islam. Sehingga antara bisnis dan etika Islam merupakan aktifitas secara keseluruhan upaya dalam mempertahankan hidup, mencari rasa aman, memenuhi kebutuhan masyarakat, dan harga diri serta mengupayakan pemenuhan aktualisasi diri, yang semuanya terdapat nilai-nilai etika. Sehingga bisnis tidak dapat terpisahkan dari etika. Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Secara *definitive* dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan etika adalah sebuah norma atau tata krama atau sopan santun yang dianut masyarakat dalam kehidupannya, atau juga bisa dikatakan sebagai moral. Etika Islam adalah norma yang berlaku menurut agama Islam.

Adapun tujuan penulisan ini adalah: (1) untuk mengetahui strategi pemasaran Gula Merah pada “CV. Mandiri Jaya” Desa Tunggun Jagir Kecamatan Mantup Kabupaten Lamongan, (2) untuk mengetahui strategi pemasaran Gula Merah pada “CV. Mandiri Jaya” Desa Tunggun Jagir Kecamatan Mantup Kabupaten Lamongan ditinjau dari etika bisnis Islam. Untuk mencapai tujuan penelitian diatas, skripsi ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, maka pengumpulan data didapatkan dengan cara observasi secara langsung di Pabrik Gula Merah CV Mandiri Jaya Mantup Lamongan.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) untuk membangun sebuah strategi pemasaran yang efektif, Pabrik Gula Merah CV Mandiri Jaya Mantup Lamongan menggunakan variabel-variabel bauran pemasaran, yang terdiri dari empat komponen yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi, (2) ditinjau dari etika bisnis Islam Pabrik Gula Merah CV Mandiri Jaya Mantup Lamongan dalam pemasaran produknya mengedepankan *halalan thoyyiban* atau saling menghormati, rendah hati, dan menjauhi unsur pemaksaan, menonjolkan sikap kejujuran dan kepercayaan serta menggunakan semua bahan yang halal.