

ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN DISTRIBUTOR AIR MINUM ISI ULANG REZKY

Nama : Billah AfosmaUbaidillah
NIM : 1031710012
Pembimbing : Prof. Tjiptohadi Sawarjuwono, M.Ec., Ph.D., CPA., CA.
Co-Pembimbing : Elsi Mersilia Hanesti, S.EI.,M.SEI

ABSTRAK

Etika Bisnis Islam menjadi hal yang sangat penting dalam suatu bisnis, khususnya dalam strategi pemasaran. Dalam memasarkan suatu produk ke konsumen dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang baik agar produk bisa diterima konsumen dengan baik. Masih banyak sekali pebisnis yang belum menerapkan etika berbisnis dengan baik, karena masih mengejar keuntungan daripada keberkahan dari bisnis tersebut. Penelitian ini dilakukan pada distributor air minum isi ulang Rezky. Penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan pada air minum isi ulang Rezky apa sesuai dengan etika bisnis Islam atau sudah sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW yaitu dengan menerapkan siddiq, amanah, fathanah dan tabligh dalam berdagang khususnya dalam peningkatan penjualan yang dilakukan oleh air minum isi ulang Rezky. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis yaitu penggabungan antara deskripsi masalah dan sekaligus analisisnya yang dilakukan secara bersama-sama dalam setiap pembahasan dengan memaparkan data-data, baik data melalui hasil wawancara, maupun pustaka dan informasi mengenai strategi pemasaran yang sesuai etika bisnis Islam. Data yang sudah diperoleh melalui wawancara, observasi maupun dokumentasi nantinya akan dilakukann analisis data dengan memberi pemaparan gambaran mengenai situasi yang diteliti. Setelah mengetahui strategi pemasaran distributor air minum isi ulang Rezky peneliti akan membahas strategi pemasaran yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Hasil penelitian ini adalah distributor air minum isi ulang Rezky dalam memperlancar usahanya dengan strategi pemasaran yang ditekankan pada segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar dan bauran pemasaran dengan menggunakan variabel 7P telah memenuhi prinsip-prinsip dan etika bisnis Islam diantaranya yaitu siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh.

Kata Kunci :Etika Bisnis Islam, Strategi Pemasaran.



~Halaman Sengaja Dikosongkan~

ANALYSIS OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS ON THE MARKETING STRATEGY OF REZKY DRINKING WATER DISTRIBUTORS

Student Name : Billah AfosmaUbaidillah
Student Indentity Number : 1031710012
Supervisor : Prof. Tjiptohadi Sawarjuwono, M.Ec., Ph.D., CPA., CA.
Co-Supervisor : Elsi Mersilia Hanesti, S.EI.,M.SEI

ABSTRACT

Islamic Business Ethics is very important in a business, especially in marketing strategy. In marketing a product to consumers, a good marketing strategy is needed so that the product can be well received by consumers. There are still a lot of business people who have not applied business ethics properly, because they are still pursuing profits rather than the blessings of the business. This research was conducted on Rezky refill drinking water distributor. This research is to find out whether the marketing strategy applied to Rezky refill drinking water is in accordance with Islamic business ethics or is in accordance with the teachings of the Prophet Muhammad SAW, namely by applying siddiq, amanah, fathanah and tabligh in trading, especially in increasing sales made by filled drinking water. Rezky repeated. This study uses a qualitative approach with a descriptive analysis method, which is a combination of problem descriptions and at the same time the analysis is carried out together in each discussion by describing data, both data through interviews, as well as literature and information on marketing strategies that are in accordance with Islamic business ethics. The data that has been obtained through interviews, observations and documentation will later be analyzed by providing an overview of the situation under study. After knowing the marketing strategy of Rezky's refill drinking water distributor, the researcher will discuss marketing strategies that are in accordance with Islamic business ethics. The results of this study are Rezky's refill drinking water distributor in expediting his business with a marketing strategy that emphasizes market segmentation, target market, market position and marketing mix using 7P variables that have fulfilled Islamic business principles and ethics including siddiq, amanah, fathanah, and tabligh.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Marketing Strategy.*



~Halaman Sengaja Dikosongkan~