

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM STRATEGI
PEMASARAN
(Studi Kasus Sektor Penjualan Pakaian di Pasar Beringharjo
Yogyakarta)**

**THE APPLICATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHIC IN THE
MARKETING STRATEGIC
(A Case Study Of The Clothing Sales Sector In The Beringharjo
Market)**

Nistriannisa Latifa dan Syakir Jamaluddin, S.Ag., M.A.

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Lingkar Selatan
Tamanatirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55813*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas penerapan etika bisnis Islam pada para pedagang pasar Beringharjo dalam strategi pemasarannya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti mengumpulkan data melalui teknik observasi (pengamatan), wawancara dan dokumentasi. Pelaksanaan teknik pemeriksaan keabsahan data didasarkan atas kriteria tertentu yaitu uji derajat kepercayaan (credibility), uji keteralihan (transferability), uji kebergantungan (dependability), dan uji kepastian (confirmability).

Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa para pedagang pasar Beringharjo telah menerapkan etika bisnis Islam dalam strategi pemasarannya. Hal tersebut dapat dilihat dari cara pedagang melayani para konsumen dengan baik, menjaga keramahan, senantiasa berkata jujur, memiliki rasa tanggung jawab yang besar jika terjadi kecacatan dalam barang yang diperjual belikannya dan dalam bertransaksi semata-mata tidak hanya untuk mencari keuntungan namun juga mencari ridho Allah. Selain itu para pedagang juga selalu mendapatkan siraman rohani setiap minggunya dari pihak pengelola pasar, hal tersebut untuk membantu para pedagang agar selalu mempertahankan syariah Islam dalam setiap transaksinya.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

This study aims to discuss the application of Islamic business ethics to Beringharjo market traders in their marketing strategies. The type of research used is field research with a descriptive qualitative research approach. The researcher collects data through observation, interview and documentation techniques. The implementation of data validity checking techniques is based on certain criteria, namely the test of credibility, transferability, dependability, and confirmability.

From this research it can be seen that the market traders of Beringharjo have applied Islamic business ethics in their marketing strategies. It can be chosen from the way the merchants serve consumers well, maintaining friendliness, always telling the truth, having a great sense of responsibility in the event of disability in the goods being bought and transacting solely not only for profit but also seeking God's blessing . In addition, traders also always get a spiritual shower every week from the market manager, this is to help traders to always maintain the Islamic Shariah in each transaction.

Keywords: Islamic Business Ethics, Marketing Strategy.