

ABSTRAK

Ahmad Hasan Asari, 1420210380, “Analisis Etika Bisnis Islami Dalam Marketing Communication Mix Pada Distro Kipasoak Pati.” Skripsi, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah IAIN Kudus, 2018.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh maraknya usaha-usaha yang belum menerapkan usaha yang sesuai dengan syariat Islam dalam melakukan pemasaran komunikasi untuk memperkenalkan produk-produknya ke konsumen. Bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan saja, namun harus mengutamakan kepentingan konsumen, dengan mengedepankan prinsip shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, istiqomah, serta kualitas dari produk itu sendiri.

Rumusan Masalah dalam penelitian skripsi ini adalah 1) Bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran pada Distro Kipasoak Pati 2) Bagaimana analisis etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran pada Distro Kipasoak Pati.

Tujuan penelitian ini adalah, untuk mengetahui gambaran penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran dan menganalisa etika bisnis islam dalam komunikasi pemasaran Distro Kipasoak Pati apakah sesuai dengan realita yang ada.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, pengambilan lokasi penelitian yang dipilih adalah Jl. Supriyadi No. 41 A Pati, desa Pati Kidul, Kecamatan Pati, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi, wawancara, dokumentasi. Analisis data yang dilakukan secara kualitatif dengan prosedur yaitu melalui proses pengumpulan data, sumber data, analisis data, dan keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran pada Distro Kipasoak Pati sudah cukup menerapkan etika bisnis Islam dengan baik dalam memperkenalkan produknya ke konsumen.

Kata Kunci : Etika, Bisnis, Bauran Komunikasi Pemasaran