

ABSTRAK

Ahmad Riyadi Putra. NIM. 1420210170. Analisis Strategi Pemasaran Berkah Frozen Mayong Jepara dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Berkah Frozen Mayong Jepara. Untuk mengetahui strategi pemasaran Berkah Frozen Mayong Jepara dalam perspektif Etika Bisnis Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sumber informan dalam penelitian ini adalah pemilik, reseller dan konsumen Berkah Frozen. Teknik analisis data yang digunakan adalah *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), *conclusion drawing/verification*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Berkah Frozen Mayong Jepara secara umum terdiri dari empat aspek yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi distribusi. Secara keseluruhan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualan dan meningkatkan keuntungan atau laba usaha. Strategi pemasaran Berkah Frozen Mayong Jepara dalam perspektif etika bisnis Islam berlandaskan pada keyakinan bahwa pemilik sebagai umat diwajibkan untuk menjalankan usaha sesuai dengan kaidah Islam. Sikap etika bisnis Islam yang melandasi strategi pemasaran Berkah Frozen Mayong Jepara meliputi sikap *siddiq*, sikap *amanah*, sikap *fathonah*, sikap *tabligh*.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Etika Bisnis Islam.