

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta mendeskripsikan bagaimana pemasaran yang dilakukan para pedagang modern dan pedagang tradisional di daerah Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta berdasarkan 4P (*product, price, place and promotion*). Di daerah tersebut juga merupakan lingkungan pondok pesantren yang berbaur langsung dengan lingkungan masyarakat disekitarnya, serta untuk mengetahui bagaimana tinjauan etika bisnis syariah ataupun Islam yang dilakukan oleh para pedagang di daerah tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Menggunakan pendekatan dengan teknik rumus slovin dengan populasi sejumlah 137 pedagang, dengan jumlah sampel sebanyak 55 pedagang tradisional dan 15 pedagang modern. Pengumpulan data menggunakan observasi terhadap para pedagang dan melakukan wawancara serta dokumentasi untuk mengambil data yang diperlukan dengan menggunakan analisis “reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan”.

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang modern melakukan pemasaran yang sangatlah struktural dan setiap bagian ataupun pekerjaan yang mereka lakukan harus tercatat *by system* dan terbukti. Sedangkan pedagang tradisional melakukan pemasaran secara manual saja. Dalam praktik pemasarannya masih ditemukan adanya ketidak jujuran dan ingkar janji.

Kata Kunci: pemasaran, pedagang modern dan tradisional, bauran pemasaran (4P), peran etika bisnis syariah.