

Sulhatun Nafisah “Analisis Bauran Promosi (*promotion mix*) dalam Prespektif Etika Bisnis Islam pada Kopi Biji Salak (Studi Kasus Kopi Biji Salak Bukenza Dusun Ngablak, Srumbung, Magelang)”.

Sulhatun Nafisah¹, Abdul Salam²

ABSTRAK

Latar Belakang: Ketatnya persaingan yang terjadi di antara perusahaan sejenis, mendorong masing-masing pelaku UMKM atau perusahaan melakukan kebijakan strategi pemasaran. Salah satu kebijakan strategi pemasaran yang digunakan oleh pelaku UMKM atau perusahaan untuk menghadapi pesaingnya adalah melalui bauran promosi (*promotion mix*). Saat ini banyak pengusaha-pengusaha yang tidak memperhatikan etika dalam berbisnis. Mereka hanya memikirkan keuntungan maksimum tanpa memperhatikan apakah bisnis mereka telah sesuai dengan etika berbisnis dalam islam atau tidak.

Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana praktik *promotion mix* yang dilakukan oleh usaha kopi biji salak Bukenza di Desa Jengglik, Srumbung, Magelang serta untuk Menjelaskan bagaimana praktik bauran promosi (*promotion mix*) pada usaha kopi biji salak Bukenza di Desa Jengglik, Srumbung, Magelang dalam Prespektif Etika Bisnis Islam.

Metode Penelitian: Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Subyek penelitian dalam penelitian ini sebanyak 2 orang pemilik usaha dan beberapa karyawan sebagai informan pelengkap untuk keperluan informasi. Obyek dalam penelitian ini yaitu bauran promosi (*promotion mix*) pada kopi biji salak bukenza dalam tinjauan etika bisnis islam. Metode yang digunakan ialah observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan menggunakan analisis reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian: Hasil analisis dari penelitian ini menemukan bahwasannya bauran promosi (*promotion mix*) yang digunakan dalam praktik usaha kopi biji salak bukenza telah sesuai dengan bisnis islam. Dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi pada skripsi ini alat promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, pubisitas dan penjualan pribadi sangatlah di perhatikan sehingga sangat berdampak pada hasil pemasaran dan promosi produk kopi biji salak bukenza dikalangan masyarakat. Promosi disini dilakukan agar konsumen tertarik dengan cara menambah inovasi produk yang lebih kekinian, original rasanya serta penggunaan media sosial ditambah postingan testimoni dari seorang konsumen setelah membeli dan menikmati produknya. Serta dengan penjualan secaralangsung, promosi melalui media sosial dan ada juga mengikuti

¹ Sulhatun Nafisah Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam

² Abdul Salam Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Almaata

kegiatan pameran-pameran yang dilakukan oleh pemerintah maupun lembaga swadaya masyarakat. Tinjauan Etika Bisnis Islam Kopi Biji Salak Bukenza sendiri telah menerapkan bauran promosi berdasarkan etika