

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Usaha Bakso Dan Mie Ayam Joglo Manis Palembang Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Tusrojiah Hoaratan¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email: tusrojiahhoaratan@gmail.com

Berdasarkan data kemenkopUKM dapat diketahui bahwa usaha UMKM di Indonesia mengalami peningkatan. Para pelaku usaha berlomba-lomba dalam memikat hati para konsumen untuk tertarik mencoba produk yang mereka tawarkan dan loyal terhadap produk mereka. Namun, dalam menghadapi persaingan bisnis tersebut tidak boleh melupakan etika bisnis islam seperti yang telah dicontohkan oleh Rasulullah Saw. Adapun etika bisnis islam yang dicontohkan Rasulullah Saw yaitu *shiddiq*, amanah, *tabligh*, *fathanah*. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran usaha bakso dan mie ayam joglo manis Palembang dalam mempertahankan loyalitas konsumen dan bagaimana strategi pemasaran usaha bakso dan mie ayam joglo manis Palembang dalam mempertahankan loyalitas konsumen ditinjau dari etika bisnis islam.

Penelitian ini dilakukan di usaha bakso dan mie ayam joglo manis Palembang dengan menggunakan metode kualitatif. Jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data penelitian ini berupa wawancara, observasi dan dokumentasi serta sumber datanya berupa data primer dan sekunder.

Hasil penelitian ini adalah usaha bakso dan mie ayam joglo manis Palembang menggunakan strategi bauran pemasaran dengan baik dalam menjalankan usahanya seperti memberikan produk yang berkualitas kepada para konsumen, memberikan pelayanan yang baik, menentukan harga jual yang terjangkau dan ekonomis serta lokasi strategis berada di pinggir jalan. Namun, mereka tidak memanfaatkan dengan baik sosial media sebagai sarana untuk melakukan promosi produk mereka. Selain itu juga, mereka kurang memperhatikan SOP saat menjalankan usaha.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Loyalitas, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Marketing Strategy For The Palembang Sweet Joglo Chicken Meatball And Noodle Business In Maintaining Consumer Loyalty In Terms Of Islamic Business Ethics

Tusrojiah Hoaratan¹

Raden Fatah State Faculty Of Economics And Islamic Business Palembang

Email: tusrojiahhoaratan@gmail.com

Based on data from KemenkopUKM, it can be seen that UMKM in Indonesia have increased. Businesses actors are competing to attract consumers to be interested in trying the products they offer and loyal to their product. In facing this business competition, you must not forget islamic business ethics. As for islamic business ethics as exemplified by the prophet Muhammad Saw, namely shiddiq, amanah, tabligh, fathanah. The aim of this research is to find out how the marketing strategy for the Palembang sweet joglo meatball and chicken noodle business is maintaining consumer loyalty and what the marketing strategy for the Palembang sweet joglo meatball and chicken noodle business is maintaining consumer loyalty viewed from islamic business ethic.

The research was conducted at the Palembang sweet joglo chicken meatball dan noodle business using qualitative methods. The type of research is field research with a research approach using qualitative descriptive research and data collection techniques for this research in the form of interviews, observation and dokumentation and the data source are primary and secondary data.

The result of this research are that the Palembang sweet joglo chicken meatball and noodle business uses a good marketing mix strategy in running its business such as providing quality products to consumers, providing good service, determining affordable and economical selling prices and strategi locations on the side of the road. However, they do not make good use of social media as a means to promote their products. Apart from that, they pay less attention to SOP when running a business.

Keywords : Islamic Business Ethics, Loyalty, Marketing Strategy