

## ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Distributor Ikan dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam ( Di Tempat Pelelangan Ikan Prigi Watulimo Trenggalek)” ini ditulis oleh Rika Ayu Safitri, NIM 12402173287, dengan dosen pembimbing Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

Seorang yang melakukan usaha atau bisnis haruslah mengkoordinasi setiap yang dia miliki hingga yang paling mungkin, pelaku bisnis juga harus konsisten bergerak, belajar, maju, dan memiliki pilihan untuk mempelajari unsur-unsur lingkungan. Tempat Pelelangan Ikan ( TPI ) yang memiliki peran penting dalam mengaktifkan, memperluas pertukaran, usaha dan kesejahteraan para nelayan. Dalam menjalankan pemasaran etika bisnis sangat diperlukan agar terlepas dari system social. Islam yang diyakini oleh umat muslim yang bisa sebagai pedoman berbisnis. Setiap pelaku bisnis juga harus menanamkan nilai-nilai etika.

Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: (1) Perencanaan pemasaran distributor ikan dalam menghadapi persaingan bisnis. (2) Implementasi pemasaran distributor ikan konsumsi dalam menghadapi persaingan bisnis. (3) Kesesuaian strategi pemasaran ikan konsumsi dengan etika bisnis islam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan pemasaran dan implementasi pemasaran distributor ikan konsumsi dalam menghadapi persaingan bisnis islam dan kesesuaian pemasaran ikan konsumsi dengan etika bisnis islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pemahaman tentang apa yang dialami oleh subjek peneliti. Kumpulan data yang sudah terkumpul berupa kata-kata dan bahasa dari naskah wawancara, dokumentasi, catatan lapangan dan lainnya.

Dalam penelitian yang dilakukan di TPI Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek, diperoleh hasil bahwa dalam perencanaan pemasaran distributor ikan dengan menentukan persaingan harga, produk, tempat, persaingan pelayanan dan promisi. Implementasi pemasaran distributor ikan konsumsi dalam menghadapi persaingan bisnis memerlukan segmentasi pasar, targeting. Kesesuaian pemasaran ikan konsumsi dengan etika bisnis islam di TPI Prigi Watulimo Trenggalek ini para pelaku distributor sudah menjaga perbuatan dari suatu hal yang dilarang oleh agama. Tidak menyalahi aturan etika bisnis islam, karena pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha distributor ikan tidak memberikan informasi yang tidak jelas ataupun mengandung unsur penipuan kepada para konsumen yang sudah lama di percaya.

**Kata kunci:** Perencanaan pemasaran, persaingan bisnis, etika bisnis islam.

## *Abstract*

*The research entitled "Marketing Strategy of Fish Distributors in The Face of Business Competition According to Islamic Ethics Perspektif (At Fish Auction Place Prigi Watulimo Trenggalek)" was written by Rika Ayu Safitri, NIM 12402173287, with guidance lecturer Moh. Rois Abin, M.Pd.i.*

*A person who does business or business must coordinate everything he has to the most likely, business people must also be consistent in moving, learning, progressing, and have the option to learn the elements of the environment. Fish Auction Place ( TPI ) which has an important role in activating, expanding the exchange, effort and health of fishermen. In carrying out marketing business ethics is needed in order to be detached from the social system. Islam is believed by Muslims who can be a guide to doing business, every business person must also instill ethical values.*

*The formulation of the problems in this study includes : (1) Marketing planning of fish distributors in the face of business competition. (2) implementation of marketing of consumption fish distributors in the face of business competition. (3) The willingness of marketing fish consumption with Islamic business ethics*

*The research aims to authorize marketing planning and implementation of marketing distributor fish consumption in the competition of Islamic business and the suitability of consumption fish marketing with Islamic business ethics. This research disburse qualitative methods an understanding of what the research subject is experiencing. The data set that has been collected in the form of words and language from interview manuscripts, documentation, notes on the ground and others.*

*In research conducted at TPI Prigi Watulimo Trenggalek Regency, Obtained the result that in the marketing of fish distributors by deremining price competition and promise. The implementation of consumption fish distributors in the face of business competition requires market segmentation, targeting. The suitability of consumption fish marketing with Islamic business ethics at TPI Prigi Watulimo Trenggalek is distributors At this point, the distributors have kept their actions from something that is prohibited by religion. It does not violate the rules of Islamic business ethics, because the marketing carried out by fish distributor business actors does not provide information that is not clear or contains elements of fraud to consumers who have been trusted for a long time.*

**Keywords:** *Marketing planning, business competition, Islamic business ethics*