

Abstrack

The research “The Marketing Strategie Analysis Tradisional Market Trader In Islamic Economic Perspective Ngemplak Market In Tulungagung” was written by M. Fika Fitrian Yusuf, NIM 2824133066, Adviser,Mrs. Sri Eka Astutiningsih, SE. MM.

This research is based onmarketing strategy by traders in running sales, whetherthey Is doing strategy marketing is acoordance in with shari;ah Islamic.in strategy marketing there is a marketing mix consisting of, product, price, promotion and place. While in marketing shari’ah there be no cheating and to be honest.

The research uses research qualitative with research field. This research of consists source data that is source data primary (data obtained direclly from source original / not by intermediary), and data secondary (source of research data obtained by researcher indirectly through intermediary obtained from note of others), while for data collection techniques using interviews, documentation, and observation. The final step in the research method is analysis data.

The results showNgemplakmarket Tulungagung applying marketing strategy system in the from of, product, price, promotion and the place. From marketing strategy the traders give tresh and elemnproduct that still nice not broken, and not unclean that which is forbidden by religiun. Price strategy which is conducted by trader is with pieces, as wrong one of way the buyers. In terms of promotion by trader apply strategy on directly face to face no use sales or a sheet brochure.

Keywords : Marketing Strategy, Tradisional Trader, Islamic Economic.

Abstrak

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional dalam Prespektif Ekonomi Islam di Pasar Ngemplak Tulungagung” Ini ditulis oleh M. Fika Fitrian Yusuf, NIM 2824133066, Pembimbing oleh Sri Eka Astutiningsih, SE,MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pedagang dalam menjalankan penjualan. Apakah dalam melakukan strategi pemasaran sudah sesuai dengan syariat islam. Didalam strategi pemasaran terdapat adanya bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat. Sedangkan dalam pemasaran syariah tidak boleh adanya kecurangan dan harus jujur.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif dengan penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian ini terdiri dari sumber data yaitu sumber data primer (*data yang diperoleh langsung dari sumber asli / bukan oleh perantara*), dan data sekunder (sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara (*diperoleh dari catatan orang lain*)), sedangkan untuk pengumpulan data Teknik menggunakan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Langkah terakhir dalam metode penelitian adalah analisis data

Dengan hasil penelitian, menunjukan bahwa pedagang pasar ngemplak Tulungagung menerapkan sistem strategi pemasaran berupa produk, harga, promosi, dan tempat. Dari startegi pemasaran syariah para pedagang memberikan harga para pedagang menggunakan potongan harga sebagai salah satu cara untuk menarik pembeli, produk memberikan produk yang bagus .promosi dan tempat.

Kata kunci :Strategi Pemasaran, Pedagang Tradisional. Ekonomi Islam