

Abstrak

Noval Abdullah, 2022, *Implementasi Marketing Mix Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Trunojoyo Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing: Mohammad Hamim Sul-toni, M.A.B

Kata Kunci: Marketing Mix, Etika Bisnis Islam, J&T Express

Pada era modern seperti saat ini dapat memicu persaingan yang semakin ketat bagi perusahaan untuk bersaing atau mengetahui strategi pemasaran apa yang harus diterapkan di perusahaan tersebut dan tentunya berdasarkan kaidah dan etika bisnis islam. Salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang sampai saat ini masih berkembang yaitu J&T Express, termasuk juga J&T Express yang berada di Pamekasan terus berkembang dan masih mampu bersaing dengan perusahaan yang sejenisnya dan bisa dikatakan salah satu perusahaan jasa pengiriman barang terbaik dan terlaris diantara perusahaan jasa pengiriman barang lainnya dan juga dapat memberikan pelayanan yang bagus terhadap pelanggannya seperti barang cepat sampai pada tujuan. Penentuan marketing mix atau bauran pemasaran yang tepat akan mempermudah perusahaan untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan kegiatan pemasaran produk dan jasa secara lebih baik dan menjadi daya saing bagi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis domain dan analisis taksonomi. Sedangkan tahapan-tahapan yang dilakukan oleh peneliti dalam menganalisis data diantaranya reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian dalam penelitian ini yaitu: (1) Implementasi marketing mix yang dilakukan oleh perusahaan J&T Express Trunojoyo Pamekasan dalam penerapan strategi *product* mempunyai delapan produk jasa yang ditawarkan kepada customer. Strategi *Price* menerapkan Harga Regular Service Premium. Strategi *Promotion* melalui sarana *advertising* dan sarana *publicity*. Strategi *Place* mengutamakan di pinggir jalan raya karena akan mempermudah karyawan maupun *customer* yang akan datang. Strategi *People* dengan cukup baik dalam merekrut, melatih, menyeleksi, memotivasi, dan memberikan hak SDM selayaknya. Strategi *Process* menerapkan proses *incoming* dan *outgoing*. Strategi *Physical Evidence* dengan memiliki ciri khas sederhana dan memberikan pelayanan dan kenyamanan terhadap *customer*. (2) Implementasi marketing mix yang dilakukan oleh J&T Express Trunojoyo Pamekasan sudah sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu *unity* (kesatuan), *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kebebasan berkehendak), *responsibility* (tanggung jawab), dan *benevolence* (kebenaran) yang dilakukan pada kegiatan pemasarannya.