

ABSTRAK

Persaingan usaha yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Dalam praktiknya, masih terdapat berbagai kendala, seperti pemanfaatan media promosi digital yang belum optimal, keterbatasan pasokan ikan gurami akibat faktor cuaca dan masa budidaya, serta tantangan dalam mempertahankan kualitas produk dan kepercayaan konsumen di tengah persaingan usaha. Meskipun demikian, Agen Ikan Aida Bangkalan telah berupaya menerapkan nilai-nilai syariah melalui penyediaan produk yang halal dan berkualitas, penetapan harga yang adil, distribusi yang amanah, serta promosi yang jujur dan transparan,

Pada bisnis kuliner Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan syariah marketing mix pada Agen Ikan Aida Bangkalan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan field research. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang melibatkan pemilik, karyawan, dan konsumen sebagai informan. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber.

Penelitian Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan syariah marketing mix pada Agen Ikan Aida Bangkalan telah berjalan dengan baik pada empat aspek utama. Pada aspek produk, agen menyediakan ikan yang halal, berkualitas, segar, dan memberikan informasi produk secara transparan kepada konsumen. Pada aspek harga, penetapan harga dilakukan secara adil, terbuka, dan disesuaikan dengan kualitas produk serta kondisi pasar. Pada aspek tempat, agen menyediakan lokasi usaha yang mudah dijangkau, fasilitas yang memadai, serta sistem distribusi yang efektif dan bertanggung jawab. Pada aspek promosi, agen memanfaatkan media sosial dan komunikasi langsung dengan tetap mengedepankan kejujuran serta menghindari unsur penipuan. Penerapan keempat aspek tersebut mampu membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen sehingga mendukung keberlangsungan usaha serta meningkatkan daya saing Agen Ikan Aida Bangkalan sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis Islam.

Kata kunci: Syariah Marketing Mix, Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Agen Ikan Aida Bangkalan

ABSTRACT

Increasingly competitive business competition encourages business actors to implement marketing strategies that are not only profit-oriented but also aligned with Islamic principles. In practice, several challenges remain, including the limited utilization of digital promotional media, the unstable supply of gourami fish due to weather conditions and lengthy cultivation periods, as well as the need to maintain product quality and consumer trust amid intense market competition. Nevertheless, Aida Fish Agency Bangkalan has consistently sought to implement Islamic marketing values by providing halal and high-quality products, setting fair prices, ensuring trustworthy distribution, and conducting honest and transparent promotional activities.

This study aims to analyze the implementation of the Sharia Marketing Mix at Aida Fish Agency Bangkalan. The study employed a qualitative method using a field research approach. Data were collected through observations, interviews, and documentation involving the owner, employees, and consumers as the primary informants. The collected data were analyzed through the processes of data reduction, data display, and conclusion drawing, while data validity was ensured through source triangulation.

The findings indicate that the implementation of the Sharia Marketing Mix at Aida Fish Agency Bangkalan has been carried out effectively across its four main dimensions. In terms of product, the agency provides halal, high-quality, and fresh fish while ensuring transparent product information. Regarding price, pricing is determined fairly, transparently, and in accordance with product quality and market conditions. In terms of place, the agency offers a strategically accessible location, adequate supporting facilities, and an efficient and responsible distribution system. Regarding promotion, the agency utilizes social media and direct communication while emphasizing honesty and avoiding misleading information. The implementation of these four dimensions has successfully strengthened consumer trust and satisfaction, thereby supporting business sustainability and enhancing the competitiveness of Aida Fish Agency Bangkalan in accordance with Islamic business principles.

Keywords: *Syariah Marketing Mix, Consumer Trust, Customer Loyalty, Aida Fish Agency Bangkalan*