

## ABSTRAK

**JOKO PURWANTO, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Pemasaran pada CV. Khasanah Sari.**

Strategi pemasaran yang selalu digunakan pada semua perusahaan, seringkali dijumpai atau didapati tidak mengacu pada ajaran-ajaran agama. Selalu menyimpang dari prinsip-prinsip ekonomi Islam, karena sering melakukan bisnis yang tidak sehat seperti melakukan penipuan, kecurangan, kezaliman dan bahkan melakukan penimbunan bahan baku.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan hukum-hukum Islam dalam menjalankan strategi pemasaran dan disinyalir tidak sedikit yang menyimpang dari prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Penelitian ini bertolak dari pemikiran bahwa dimana sering didapati para pelaku bisnis yang menghalalkan segala cara untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan pribadi tanpa menerapkan hukum-hukum Islam yang diajarkan agama.

Penelitian menggunakan metode Deskriptif Analisis pengumpulan data. Dilakukan dengan dua cara riset yaitu pustaka dan lapangan. Riset pustaka hanya bersumber dari buku-buku, dokumen-dokumen perusahaan, serta referensi dari perkuliahan. Riset lapangan dilakukan dengan cara observasi dan wawancara.

Data yang diperoleh bahwa strategi pemasaran yang inovatif dan kreatif selalu menjunjung tinggi asas kemanusiaan, kejujuran dan keadilan yang sesuai dengan ajaran Islam.

Dengan demikian penulis berkesimpulan bahwa strategi pemasaran dalam penetapan harga yang baik adalah harga yang ditetapkan tidak merugikan perusahaan dan tidak menipu serta tidak menjerat konsumen.