

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh pedagang di Pasar Rakyat Aurduri Kota Jambi dalam upaya meningkatkan pendapatan (*omzet*) mereka, serta menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas perdagangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap pedagang dan pembeli di pasar tersebut. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Rakyat Aurduri menerapkan berbagai strategi komunikasi pemasaran, seperti interaksi langsung dengan pelanggan, pemberian diskon, dan promosi melalui media sosial sederhana. Namun, penerapan strategi ini masih menghadapi tantangan berupa persaingan dengan pasar modern dan keterbatasan pengetahuan teknologi. Dalam perspektif etika bisnis Islam, sebagian besar pedagang telah menerapkan prinsip keadilan, transparansi, dan kejujuran dalam bertransaksi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Pasar Tradisional, Etika Bisnis Islam, Analisis SWOT, Pendapatan Pedagang

ABSTRAK

This study aims to analyze the marketing communication strategies implemented by traders at Aurduri Traditional Market in Jambi City in an effort to increase their income (turnover), as well as to evaluate the implementation of Islamic business ethics in trading activities. This study uses a qualitative approach with in-depth interview methods and participatory observation of traders and buyers in the market. The data analysis technique used is SWOT analysis to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the marketing communication strategies implemented. The results of the study show that traders at Aurduri Traditional Market implement various marketing communication strategies, such as direct interaction with customers, providing discounts, and promotions through simple social media. However, the implementation of this strategy still faces challenges in the form of competition with modern markets and limited technological knowledge. From the perspective of Islamic business ethics, most traders have implemented the principles of fairness, transparency, and honesty in transactions.

.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Traditional Market, Islamic Business Ethics, SWOT Analysis, Traders' Income*