

ABSTRAK

Meli Pitri Handayani (1189220050): *Analisis Etika Bisnis di PT. Yukbisnis Indoneisa (Studi Kasus PT. Yukbisnis Indonesia kab. Bandung barat, kota baru parahyangan).*

Strategi pemasaran merupakan kegiatan utama bagi sebuah perusahaan atau sebuah bisnis, untuk mencapai target pasar yang sesuai, sehingga perusahaan atau pembisnis bisa menjual produknya dengan maksimal kepada masyarakat dan menghasilkan keuntungan yang maksimal. Namun strategi pemasaran memiliki hal-hal yang tidak dianjurkan oleh Al-Qur'an, maka sebuah perusahaan atau seseorang pembisnis sangat penting untuk memperhatikan Etika Bisnis Islam terhadap setiap aktivitas bisnisnya. Karena Etika Bisnis Islam merupakan acuan tentang seperangkat nilai baik dan buruknya, sesuai dengan prinsip-prinsip Bisnis Islam.

Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran PT. Yukbisnis Indonesia, mulai dari menentukan harga sampai cara mempromosikan produk yang di analisis dalam etika bisnis Islam.

Konsep dan teori pada penelitian ini terbagi kebeberapa konsep bisnis, yaitu strategi pemasaran yang di dalamnya berisikan unsur strategi pemasaran yaitu unsur (STP) *segmentation, targeting, positioning* dan unsur taktik pemasaran yaitu *diferensiasi* dan *marketing mix* dan etika pemasaran dalam Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, jenis dan sumber datanya yaitu primer dan skunder, tehnik pengumpulan datanya observasi berperan serta dan wawancara sedangkan tehnik analisis datanya yaitu reduksi data dan *verification*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Strategi pemasaran ini menggunakan 2 cara yaitu unsur strategi (STP), *Segmentasi, Targeting, Positioning* dan yang kedua yaitu taktik pemasaran yaitu *diferensiasi* dan *marketing mix*. Penerapan strategi pemasara dalam Etika Bisnis Islam terhadap pemasaran PT. Yukbisnis yaitu: Kesatuan (*Unity*) yaitu memberikan sikap ramah kepada konsumen dan telaten ketika membantu konsumen/*merchant* ketika mengalami kesulitan dalam menggunakan produk jasa Yukbisnis. Keseimbangan (*equilibrium*), karyawan Yukbisni memiliki sikap jujur ketika menawarkan produk-produk yukbisnis. Kehendak bebas (*free will*) meskipun dalam berbisnis itu memiliki kebebasan untuk mempromosikan produk dan mendapatkan konsumen yukbisnis menjauhi hal-hal yang di larang salah satunya menjelek-jelekan produk yang lain dan eksploitas wanita, menggunakan konten-konten keindahan wanita untuk mendapatkan *viewers* yang banyak. Prinsip tanggung jawab (*responsibility*) Yukbisnis akan menggantikan dengan produk yang baru ketika ada yang cacat di produknya. Prinsip kebenaran (*equilibrium*).

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Etika Bisnis Islam*