

ABSTRAK

Muhammad Khadapi (1199220051): Analisis Sistem Pelayanan Dan Promosi Jasa Wedding Organizing Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Autumn Project)

Perkembangan dunia bisnis yang semakin maju mendorong para pelaku bisnis untuk menciptakan inovasi dan kreativitas yang berdaya saing. Setelah melalui masa sulit pandemi Covid-19 para pelaku bisnis kini terus berkembang dan bersaing dengan memanfaatkan media digital yang juga berkembang pesat. Salah satu bisnis yang saat ini bersaing adalah Jasa *Wedding Organizer*. Semakin banyaknya permintaan serta kebutuhan masyarakat yang ingin melaksanakan pernikahan dengan efektif dan efisien, *Wedding Organizer* menjadi solusi untuk hal tersebut. Dengan berkembangnya bisnis *Wedding Organizer* serta daya saing yang cukup tinggi, menjadi perhatian penting tentang bagaimana sistem pelayanan yang ada di dalamnya. Karena *Wedding Organizer* ini adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang jasa, menjadi point penting untuk diteliti apakah pelayanannya sudah sesuai dengan etika bisnis Islam atau belum. Begitupun dengan sistem pemasaran yang meliputi bagaimana cara memberikan informasi ataupun branding serta mengajak para konsumen untuk bisa menggunakan jasanya dengan cara yang sesuai etika bisnis Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pelayanan dan promosi jasa *Wedding Organizer* ditinjau dari etika bisnis Islam yang ada di Autumn Project. Dengan mengacu pada 5 indikator prinsip dasar etika bisnis Islam seperti *kesatuan, tanggung jawab, kebebasan, keseimbangan, dan kebenaran*.

Teori etika bisnis umumnya membahas tentang menjalankan bisnis secara etis dan sesuai dengan standar. Pengertian ini juga mengkaji empat teori utama, yaitu teori *Keutamaan, Hak, Deontologi, dan Teleologi*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Perumnas Cijerah 2 Gg. Turi no. 114, Cimahi Selatan, Cimahi, Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data-data penelitian dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber utama maupun dari tempat obyek penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan Autumn Project memberikan pelayanan serta penerapan nilai-nilai transparansi dan kejujuran pada pelanggan dengan kualitas yang baik. Melaksanakan akad/perjanjian dengan mengutamakan keadilan dan suka sama suka. Begitupun dengan Strategi promosi yang dilakukan oleh Autumn Project adanya keterbukaan dan tanggung jawab dalam memberikan informasi yang benar dengan tanpa adanya pemaksaan. Dengan memanfaatkan media digital seperti *Instagram, Tiktok, Facebook, dan Website*. Selain itu marketing offline pun tetap dijalankan seperti door to door, teman ke teman, brosur, dan sharing after event. Sistem pelayanan dan promosi yang ada di Autumn Project ini ditinjau dari etika bisnis Islam telah memenuhi 5 indikator etika bisnis Islam seperti ketauhidan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan.

Kata Kunci : Pelayanan, Promosi, Etika Bisnis Islam, Wedding Organizer.