

ABSTRAK

Fadlilatul Ulya, NIM : 1720210079, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Marketing Mix (Produk, Harga, Lokasi dan Promosi) dalam menunjang keberhasilan Usaha (Studi Kasus di Istana Ayam Cabang Gembong)”

Etika bisnis Islam merupakan norma etika yang didasarkan pada Al-Qur'an dan hadist untuk dijadikan pedoman bagi para pebisnis. Namun pada kenyataannya, karena ketatnya persaingan di dunia bisnis membuat banyak orang melakukan kecurangan sehingga keluar dari norma etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi prinsip etika bisnis di Istana Ayam Gembong yakni *unity* (kesatuan), *equilibrium* (kesemibangan), *free will* (kehendak bebas), *responsibility* (tanggung jawab) dan kebenaran, keudian juga untuk mengetahui implementasi etika bisnis pada produk, harga, lokasi dan promosi yang dilakukan serta melihat dampaknya terhadap keberhasilan usaha. Adapun lokasi penelitian ini adalah di Istana Ayam Cabang Gembong.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian *field research*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan uji keabsahan data menggunakan uji kredibilitas. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Subyek atau informan dalam penelitian ini adalah manajer operasional, karyawan dan pelanggan Istana Ayam.

Setelah data dikumpulkan, disajikan kemudian ditarik kesimpulan, adapun hasil penelitian ini adalah pertama, Istana Ayam secara umum telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya yang terdiri dari Tauhid, Keseimbangan, Kehendak Bebas, Tanggung Jawab dan Kebenaran. Kedua, Istana Ayam juga telah mengimpleentasikan Etika bisnis Islam dalam *marketing mix* yang terdiri dari Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi seluruhnya dilakukan tanpa keluar dari nilai Islam. Ketiga, Dampak dari implementasi etika bisnis Islam yang dilakukan oleh Istana Ayam kini telah dirasakan dan dapat menunjang keberhasilan usaha. Hal ini terlihat dari outlet yang semakin bertambah hingga mencapai 21 cabang. Outlet yang semakin bertambah juga telah membuat modal, pendapatan, volume penjualan, output produksi dan tenaga kerja juga meningkat. Apalagi kini Istana Ayam membuka kerjasama yang saling menguntungkan untuk memperluas usaha, sehingga cita-cita dari pemilik Istana Ayam untuk membuka banyak lapangan pekerjaan lebih cepat tercapai.

Kata Kunci : Implementasi Etika Bisnis Islam, Marketing Mix, Keberhasilan Usaha