

ABSTRAK

Hayatun Sa'idah. 2020. *Penetapan Etika Bisnis Islam Dalam Penetapan Harga Produk Pada Usaha Meubel 2 Saudara Kota Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dra. Naimah, M.H, (II) Pati Matu Jahra, S.Ag, M.SI.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Penetapan Harga Produk

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan dikeluarkannya Etika Binis Islam dengan penerapan harga produk, yang mana banyak persaingan yang handal dan berbagai macam cara untuk menarik perhatian konsumen, salah satunya dengan cara melayani kosnumen dengan baik dan sopan, dan juga dalam Islam banyak mengajarkan bagaimana etika yang baik dan benar. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam penetapan harga produk pada usaha meubel 2 saudara kota Banjarmasin. 2. Apa saja kendala dalam penerapan etika bisnis Islam pada usaha meubel 2 saudara kota Banjarmasin. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam penetapan harga produk dan untuk mengetahui apa saja kendala dalam penerapan etika bisnis Islam pada usaha Meubel.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Sifat penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi di Meubel 2 Saudara Kota Banjarmasin, dan menggunakan metode berbasis pasar berdasarkan atas pasar saat ini, harga pesaing, dan harga yang disesuaikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisa tentang penetapan harga produk pada usaha Meubel 2 Saudara, bahwasanya penetapan harga produk Meubel ini berdasarkan atas hukum penawaran yang berlaku dan sudah sesuai dengan prosuder penetapan harga produk yang mencerminkan konsep penetapan harga yang baik. Dalam pandangan ekonomi Islam penetapan harga produk pada usaha Meubel sudah sesuai dengan konsep ekonomi Islam yaitu prinsip keadilan (kerelaan atau suka sama suka dan kedua belah pihak tidak ada yang dirugikan/terzalimi), dan untuk kendala usaha ini terdapat bahan baku yang tingkat harganya lumayan tinggi, dan asumsi konsumen yang mengatakan bahwa produk Meubel mereka disamakan dengan produk Meubel yang berada di Daerah lain, padahal produk mereka berbeda pada kualitasnya masing-masing.