

## ABSTRAK

### **I'zaz Habibah, 1950210023, Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Budaya Organisasi dan Strategi *Marketing Mix*: Studi Kasus Perumahan Lestari Garden Hill Jepara.**

Dunia bisnis dalam pelaksanaan kegiatan usahanya memerlukan sebuah pedoman yang diimplementasikan dalam berbagai hal, dalam sudut pandang Islam terdapat pedoman yaitu Etika Bisnis Islam yang kemudian ditarik dalam sebuah implementasi terhadap beberapa bidang, dalam penelitian ini berfokus terhadap dua sektor yakni internal berupa budaya organisasi dan eksternal berupa strategi *Marketing Mix*. Dalam pengimplementasian Etika Bisnis Islam terhadap dua sektor tersebut dilihat dari lima aksioma atau prinsip yang berisi *Unity, Equilibrium, free will, Responsibility, dan Benevolence*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana implementasi Etika Bisnis Islam yang diterapkan dalam dua bidang yaitu budaya organisasi dan strategi *marketing mix* yang digunakan dalam suatu bisnis.

Penelitian ini berjenis penelitian lapangan (*field research*) menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan objek penelitian pada bisnis *property* yaitu Perumahan Lestari Garden Hill Jepara. Penelitian ini melibatkan 6 informan sebagai narasumber yakni pimpinan perusahaan, manajer pemasaran, bidang keuangan, admin pemberkasan, dan dengan dua konsumen. Setelah data-data terkumpul kemudian dianalisis dengan teknik pengumpulan data, mereduksi data, penyajian data, dan verifikasi serta penarikan kesimpulan.

Dalam penelitian ini memiliki temuan bahwa implementasi Etika Bisnis Islam telah dilaksanakan dibidang budaya organisasi seperti kepemimpinan dengan mencerminkan kepercayaan dan nilai-nilai yang berdampak positif pada karyawan diantaranya menanamkan kejujuran, kedisiplinan, dan tanggung jawab, menerapkan norma dan aturan yang ditaati oleh seluruh karyawan, dengan cerita dan tokoh dalam perusahaan apabila terdapat masalah, solusi, dan hikmah yang diperoleh dirumuskan secara bersama, dengan didukung oleh tradisi dan ritual membentuk budaya organisasi yang baik yaitu melalui *breafing* dan evaluasi yang dilaksanakan secara rutin, serta adanya logo sebagai identitas perusahaan yang memiliki arti dan budaya dalam organisasi. Bidang strategi *marketing mix* tercermin dengan adanya strategi produk yaitu sarana dan fasilitas produk serta transparansi produk yang dipasarkan, strategi harga yang mampu bersaing dan sesuai dengan kondisi produk serta adanya pilihan pembayaran secara *cash* maupun kredit, menggunakan strategi promosi secara *offline* maupun *online* yang dapat dengan mudah diakses konsumen, dan strategi tempat yang menunjukkan lokasi perumahan cukup strategis. Dari kedua bidang tersebut sesuai dengan lima prinsip yang terdapat dalam Etika Bisnis Islam, pertama yaitu *Unity* dengan adanya rutinitas doa pagi, kebebasan beribadah, serta ramah dalam melayani konsumen, kedua yaitu *Equilibrium* tercermin dalam adanya kejujuran, kedisiplinan, keadilan, serta transparansi baik dari segi produk dan harga yang tidak merugikan konsumen, ketiga yaitu *Free Will* yakni kebebasan berpendapat, berinovasi, kebebasan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk, keempat yaitu *Responsibility* adanya tanggung jawab perusahaan mengenai hak-kewajiban karyawan dan perusahaan serta penanganan keluhan konsumen, kelima yaitu *Benevolence* yakni ramah, sopan, dan saling menghargai sesama pekerja, serta adanya kebenaran atas produk yang dipasarkan.

**Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Budaya Organisasi, Strategi *Marketing Mix*.**