

ABSTRAK

AYU ARISONA, NIM: 1320220030 Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran di Profotex Fashion Kudus. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, 2020.

Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi semua orang. Islam sejak awal mengizinkan adanya bisnis, karena Rasulullah SAW sendiri pada awalnya juga berbisnis dalam jangka waktu yang cukup lama. Dalam bisnis diperlukan etika yang baik seperti tidak berbohong, tidak menipu dan lain sebagainya. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di Profotex Fashion Kudus, 2) Untuk mendeskripsikan kelemahan dan kelebihan penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di Profotex Fashion Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan *field research* dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi dengan informan 3 orang (manajer, karyawan dan pelanggan). Lokasi penelitian ini Profotex Fashion Kudus dengan analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Adapun hasil temuan penelitian ini adalah: 1) Penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di Profotex Fashion Kudus afalah adanya kejujuran dan keterbukaan dalam bekerja sehingga nantinya bekerja akan merasakan kenyamanan dan ketentraman saat melakukan pekerjaan apapun. 2) Kelebihan penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di Profotex Fashion Kudus bagi karyawan untuk selalu melakukan hal-hal yang positif, seperti disiplin dalam bekerja, jujur dalam bekerja, terbuka dalam bekerja, tidak malas atau tetap semangat, memiliki motivasi kerja yang tinggi, dan lain sebagainya. Sedangkan kelemahannya sendiri adalah menjadikan karyawan tertekan, jenuh dalam bekerja, kadang karyawan menjadi malas bekerja dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Komunikasi Pemasaran