

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah mengiringi kemajuan bisnis kosmetik. Salah satu produk kosmetik brand lokal yang terkenal dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah MS Glow. Karena banyaknya permintaan konsumen terhadap produk tersebut dan agar lebih mudah didapatkan atau dijangkau, perusahaan menerapkan beberapa sistem penjualan salah satunya sebagai reseller dan dropshipper dalam memasarkan produknya baik secara offline maupun online. Namun, peneliti menemukan sebuah fakta di lapangan bahwa terdapat reseller dan dropship yang menetapkan harga penjualan produk dibawah harga yang ditetapkan oleh pusat. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut berdasarkan etika bisnis Islam.

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan berasal dari wawancara dan dokumentasi peneliti dengan beberapa narasumber yang menjual produk Ms Glow dibawah harga pusat serta beberapa penjual Ms Glow yang menjual dengan harga yang telah ditentukan, serta peneliti juga mewawancarai konsumen pada produk Ms Glow dengan menggunakan studi literatur lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini untuk memperkuat dan melengkapi informasi yang ada.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwasanya beberapa *seller* produk Ms Glow menetapkan harga murah dalam partiknya merujuk pada 6 indikator yang bertujuan agar produknya cepat habis terjual dengan mengambil keuntungan yang sedikit tergolong pada jenis penetapan harga dibawah harga pasar yaitu diskriminasi harga serta *predatory pricing*. Pada praktek *under based price*, *seller* produk Ms Glow belum sesuai dengan etika bisnis Islam karena belum memenuhi aksioma etika bisnis Islam yaitu *Unity*, *Free will*, *Equilibriums* serta *Responsibility*.

Kata kunci: *under based price, penetapan harga jual, etika bisnis Islam*

ABSTRAC

The rapid development of technology has accompanied the progress of the cosmetic business in the current era of globalization. One of the famous local brand cosmetic products and widely used by the people of Indonesia is MS Glow. Due to the large number of consumer demands for these products and to make them easier to obtain or reach, the company implements several sales systems, one of which is as a reseller and dropshipper in marketing their products both offline and online. However, researchers found a fact in the field that there are resellers and dropshippers who set product sales prices below the prices set by the center. So that researchers are interested in examining these problems based on Islamic business ethics.

The type of research in this research is descriptive qualitative research. Sources of data used come from interviews and researcher documentation with several sources who sell Ms Glow products below the central price and several Ms Glow sellers who sell at predetermined prices, and researchers also interviewed consumers on Ms Glow products using other related literature studies. with this research to strengthen and complement the existing information.

The results of this study state that several sellers of Ms Glow's products set low prices with the aim that their products sell out quickly by taking a little profit belonging to the type of pricing below the market price, namely price discrimination and predatory pricing. In the practice of under-based price, the seller of Ms Glow's products is not in accordance with Islamic business ethics because it does not meet the axioms of Islamic business ethics, namely Unity, Free will, Equilibrium, and Responsibility. However, in the aspect of responsibility, under-based price actors fulfill their responsibilities to consumers.

Keywords: under based price, selling price fixing, Islamic business ethics

