

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Spiritualitas Buddhis dalam Pengambilan Keputusan untuk Menentukan Harga Jual” ini bertujuan untuk mengetahui peran spiritualitas buddhisme dalam pengambilan keputusan oleh pelaku usaha untuk menentukan harga jual produknya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang peran spriritualitas buddhis pada pelaku usaha. Data dikumpulkan melalui wawancara secara mendalam kepada empat orang pelaku usaha yang beragama buddha atau mendalami agama buddha dan empat orang pembeli sebagai informan pendukung untuk melengkapi data penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dan dilakukan reduksi sehingga diperoleh data yang diperlukan untuk disajikan. Temuan dari praktik penentuan harga jual disajikan melalui perspektif buddhisme. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penentuan harga jual oleh pelaku usaha yang beragama buddha terdapat nilai-nilai non-materi di dalamnya yaitu nilai moralitas (*sila*) dan nilai cinta kasih (*metta*). Selain itu terdapat nilai-nilai lain yang turut berperan dalam kegiatan bisnis oleh pelaku usaha. Kegiatan usaha yang dilakukan oleh para informan tidak semata-mata bertujuan untuk mencari keuntungan, tapi juga untuk menjalin hubungan yang baik dan saling mengasihi antar sesama manusia.

Kata Kunci: *spiritualitas, harga jual, Buddhisme*