ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN TOKO RAHMAT DI PASAR ATAS BUKITTINGGI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Jurusan Ekonomi islam .

Acc diajukan ke
Sidang munaqasyah
Pembi
8/7-2019

IAIN
BUKITTINGGI

Oleh:

RAHMAT ILHAM

NIM : 3215.002

acc diajukan
8 2019

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

BUKITTINGGI

2019M/1440H

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh RAHMAT ILHAM, NIM 3215.002, Program Studi S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam (IAIN) Bukittinggi dengan judul **"Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Toko Rahmat Di Pasar Atas Bukittinggi".**

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan penurunan penjualan toko-toko kosmetik yang ada di Pasar Atas Bukittinggi, salah satu penyebab penurunan penjualan yaitu jumlah pelanggan yang semakin sedikit, keadaan ini berbanding terbalik dengan yang terjadi pada salah satu toko kosmetik yang terdapat di Pasar Atas Bukittinggi yaitu toko Rahmat, yang mengalami peningkatan jumlah pelanggan dari tahun ke tahun, dari segi pelayanan terdapat perbedaan antara toko rahmat dengan toko lainnya yaitu perlakuan yang sama terhadap pelanggan tanpa memandang sedikit banyaknya barang yang akan dibeli oleh pelanggan.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang menjelaskan situasi atau peristiwa dengan mengamati objek penelitian dan kemudian menjelaskan apa yang diamati. Pemilihan informan dalam penelitian ini adalah pembeli yang datang ke toko rahmat di Pasar Atas Bukittinggi yang berjumlah 30 orang, hasil penelitian diperoleh dengan melakukan wawancara terhadap informan, selanjutnya dilakukan pengumpulan data sekaligus reduksi data, dilanjutkan dengan penyajian data dalam bentuk narasi dan dilakukan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di lapangan menunjukkan bahwa etika bisnis islam sudah diterapkan di toko Rahmat yang dibuktikan dengan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip tauhid, prinsip keadilan, prinsip kehendak babas, prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran. Dengan diterapkannya seluruh prinsip-prinsip etika bisnis islam di toko Rahmat dapat memenuhi standar pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan toko Rahmat Pasar Atas Bukittinggi.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Loyalitas

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi sesuai dengan waktu yang ditentukan. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah merubah akhlak manusia dari alam kebodohan kepada alam yang berilmu pengetahuan seperti saat ini serta Al-Quran dan Sunnah sebagai petunjuk kebenaran sampai akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi S1 Ekonomi Islam untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE). Adapun judul skripsi ini yaitu **"Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Toko Rahmat di Pasar Atas Bukittinggi".**

Dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir penyelesaian tidak dapat terlaksana tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Penghargaan dan Cinta terbesar yang penulis tujukan kepada kedua orang tuaku yang sangat saya sayangi dan saya cintai sepenuh hati yaitu Ayahanda **Indra Joni** dan Ibunda **Yulianis** yang telah memberikan sayangnya, cintanya dan memberikan motivasi dalam mencapai cita-cita yang ingin penulis capai. Dan kepada Adik ku **Siti Fatimah** yang selalu memberi semangat disaat penulis menyelesaikan skripsi ini.

Selanjutnya penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Ridha Ahida,M.Hum, selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi (IAIN)
2. Bapak Dr. Iiz Izmuddin,M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Ibu Rini Elvira, SE, M.Si yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menambah ilmu pengetahuan di Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi (IAIN), serta memberikan kemudahan dan saran yang membangun bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Bapak Gusril Basir, SH, M.Hum selaku pembimbing I dan Bapak Yefri Joni,MA selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Ibuk Era Sonita, SE. M.si selaku penasehat Akademik yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.
5. Bapak/Ibu Dosen serta karyawan/I Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi (IAIN) yang telah memberikan penulis berbagai ilmu pengetahuan di perguruan tinggi ini.
6. Terimakasih penulis ucapkan kepada Ibuk Elfi Sakinah sebagai Pemilik toko Rahmat dan para karyawan/I yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan informasi yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Selanjutnya kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, doa dan harapan penulis kepada semua pihak yang memberikan bantuan semoga Allah SWT membalas dan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, Aminn.

Bukittinggi, 4 Juli 2019

Penulis

Rahmat Ilham

3215.002

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR.....ii

DAFTAR ISI.....v

DAFTAR TABEL viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Identifikasi Masalah 8

C. Rumusan dan Batasan Masalah.....8

D. Tujuan Penelitian 8

E. Manfaat Penelitian 9

F. Penjelasan Judul.....9

G. Sistematika Penulisan 10

BAB II PEMBAHASAN.....

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika 12

2. Pengertian Bisnis.....14
3. Pengertian etika bisnis islam.....16
4. Fungsi Etika Bisnis Islam 20
5. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam 22

B. Etika Bisnis Rasulullah SAW

1. Benar (siddiq).....32
2. Amanah 33
3. Fathanah.....33
4. Tabligh 33

C. Loyalitas Konsumen

1. Pengertian Loyalitas Konsumen 36
2. Indikator Loyalitas Konsumen.....38
3. Kajian Terdahulu.....39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....41
B. Lokasi Penelitian.....41
C. Sumber Data.....41
D. Informan.....42
E. Teknik Pengumpulan Data.....42
F. Teknik Analisis Data.....43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Toko Rahmat

1. Sejarah Toko Rahmat.....44

2. Letak Geografis Toko Rahmat.....44

3. Struktur Organisasi 45

B. Gambaran Umum Pelayanan.....46

C. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Toko Rahmat 49

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 74

B. Saran.....75

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Bagaimana tindakan penjual saat tiba waktu shalat.....49

Tabel 4.2 Pembeli Yang Memperoleh Barang KW 50

Tabel 4.3 Sikap Pedagang Ketika Ada Cacat Dari Barang Yang Ditawarkan....52

Tabel 4.4 Pernahkah Pembeli Tertipu Dengan Barang Yang Dijual 53

Tabel 4.5 Sikap Penjual Ketika Pembeli Mengembalikan Barang Yang Cacat .55

Tabel 4.6 Penjelasan Produk Yang Dijual Kepada Pembeli.....56

Tabel 4.7 Sikap Penjual Saat Pembeli Membanding-Bandingkan Harga Dengan Toko Lain 57

Tabel 4.8 Keinginan Pelanggan Untuk Melakukan Pembelian Ulang di Lain Waktu 58

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis dengan segala macam bentuknya terjadi dalam kehidupan setiap hari, sejak bangun pagi hingga tidur kembali. Alarm jam weker yang membangunkan orang dini hari dengan lantunan merdunya azan, sajadah alas shalat, susu instan yang dikonsumsi, mobil atau sepeda motor sebagai alat transportasi, serta semua kebutuhan rumah tangga, seluruhnya adalah produk yang dihasilkan, didistribusian dan dijual oleh para pelaku bisnis.

Seiring dengan adanya globalisasi maka dunia bisnis pun mau tidak mau harus mengikuti keadaan ini. Oleh karena itu perusahaan yang melakukan aktifitas bisnisnya tentu harus mngikuti norma-norma dan aturan ang berlaku pada zaman sekarang. Kegiatan bisnis yang penuh dengan pasang surut, siasat, taktik maupun cara-cara strategis bahkan jegal menjegal antara pesaingnya.[1]

Indonesia sebagai salah satu negara berpenduduk muslim terbesar di dunia seharusnya menerapkan aturan-aturan Islam dalam segala aspek ke hidupan, termasuk dalam aspek ekonominya, baik aturan untuk persaingan usaha maupun perlindungan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha dalam pengawasan dan penggunaan barang dan jasa tersebut. Keinginan dan kesungguhan untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi barang dan jasa yang

[1] Agus Arijanto, *Etika Bsnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta:Rajawali Pers, 2014,h.3.

digunakan tertuang dalam Undang-Undang RI No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang bertujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dan Undang-Undang RI yang berisi tentang aturan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat.

Dengan demikian apa yang dilakukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan melalui proses bekerja dapat dikatagorikan bisnis secara umum. Dalam tatanan ajaran islam segala bentuk aktivitas manusia memiliki aturan – aturan yang harus dipatuhi, termasuk dalam aspek bisnis. Islam memberikan ajaran mengenai mana yang boleh dan mana yang dilarang dalam tatacara berbisnis, mengenai status barang ataupun aktivitas yang sedang dikerjakan untuk memenuhi kebutuhan atau hajat manusia tersebut. Jika disederhanakan yang disebut sebagai bisnis islam adalah serangkaian aktivitas dan kegiatan bisnis manusia dalam berbagai bentuk dan kepemilikan barang (harta dan jasa), serta keuntungan yang dibatasi cara memperoleh, mengolah serta mendayagunakannya. Artinya ada aturan halal dan haramnya.

Islam merupakan salah satu agama yang dianut penduduk dunia dimana dalam ajarannya sangat mendorong kemajuan teknologi, termasuk berbagai inovasi dalam sistem perdagangan. Namun demikian, berbagai jenis cara berdagang ini

harus dipahami benar dan dikaji kesesuainnya dengan prinsip-prinsip syariah dalam muamalah.[2]

Rasulullah SAW menganjurkan umatnya untuk berdagang atau berbisnis dan berdagang itu adalah salah satu pekerjaan mulia, berbisnis juga akan menggambarkan kemandirian seorang umat dalam memenuhi kebutuhannya. Rasulullah SAW juga bersabda, "berdaganglah kamu, sebab dari sepuluh bagian penghidupan, Sembilan diantaranya dihasilkan dari berdagang." Maka dari itu peluang untuk memperoleh pendapatan yang besar itu yaitu dengan berdagang.

Masyarakat arab tempat Al-Qur'an diturunkan pada masa Nabi Muhammad SAW adalah masyarakat yang berprofesi sebagian besar yaitu pedagang itulah sebabnya Nabi Muhammad SAW dalam praktiknya disamping beliau sebagai pedagang, beliau juga mengajarkan bagaimana cara berbisnis yang benar menurut syariat Islam. Petunjuk dalam berbisnis juga terdapat dalam al-Qur'an surat al-Nisa'[4]:29: dan surat Al-Baqarah[2]:282:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا (٢٩)

Artinya*:" Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".*

[2] Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara. 2008,h.182.

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا تَدَايَنتُم بِدَيۡنٍ إِلَىٰٓ أَجَلٖ مُّسَمّٗى فَٱكۡتُبُوهُۚ وَلۡيَكۡتُب بَّيۡنَكُمۡ كَاتِبُۢ بِٱلۡعَدۡلِۚ وَلَا يَأۡبَ كَاتِبٌ أَن يَكۡتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ ٱللَّهُۚ فَلۡيَكۡتُبۡ وَلۡيُمۡلِلِ ٱلَّذِي عَلَيۡهِ ٱلۡحَقُّ وَلۡيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥ وَلَا يَبۡخَسۡ مِنۡهُ شَيۡـٔٗاۚ فَإِن كَانَ ٱلَّذِي عَلَيۡهِ ٱلۡحَقُّ سَفِيهًا أَوۡ ضَعِيفًا أَوۡ لَا يَسۡتَطِيعُ أَن يُمِلَّ هُوَ فَلۡيُمۡلِلۡ وَلِيُّهُۥ بِٱلۡعَدۡلِۚ وَٱسۡتَشۡهِدُواْ شَهِيدَيۡنِ مِن رِّجَالِكُمۡۖ فَإِن لَّمۡ يَكُونَا رَجُلَيۡنِ فَرَجُلٞ وَٱمۡرَأَتَانِ مِمَّن تَرۡضَوۡنَ مِنَ ٱلشُّهَدَآءِ أَن تَضِلَّ إِحۡدَىٰهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحۡدَىٰهُمَا ٱلۡأُخۡرَىٰۚ وَلَا يَأۡبَ ٱلشُّهَدَآءُ إِذَا مَا دُعُواْۚ وَلَا تَسۡـَٔمُوٓاْ أَن تَكۡتُبُوهُ صَغِيرًا أَوۡ كَبِيرًا إِلَىٰٓ أَجَلِهِۦۚ ذَٰلِكُمۡ أَقۡسَطُ عِندَ ٱللَّهِ وَأَقۡوَمُ لِلشَّهَٰدَةِ وَأَدۡنَىٰٓ أَلَّا تَرۡتَابُوٓاْۖ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً حَاضِرَةٗ تُدِيرُونَهَا بَيۡنَكُمۡ فَلَيۡسَ عَلَيۡكُمۡ جُنَاحٌ أَلَّا تَكۡتُبُوهَاۗ وَأَشۡهِدُوٓاْ إِذَا تَبَايَعۡتُمۡۖ وَلَا يُضَآرَّ كَاتِبٞ وَلَا شَهِيدٞۚ وَإِن تَفۡعَلُواْ فَإِنَّهُۥ فُسُوقُۢ بِكُمۡۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ وَيُعَلِّمُكُمُ ٱللَّهُۗ وَٱللَّهُ بِكُلِّ شَيۡءٍ عَلِيمٞ (٢٨٢)

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakan apa yang akan ditulis itu, dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah keadaannya atau dia sendiri tidak mampu mengimlakan, maka hendaklah walinya mengimlakan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki di antaramu. Jika tak ada dua orang lelaki, maka boleh seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka seorang lagi mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan memberi keterangan apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih dapat menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak menimbulkan keraguanmu, Tulislah mu'amalahmu itu, kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tak ada dosa bagi kamu, jika kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual-beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit-menyulitkan. Jika kamu lakukan yang demikian, maka sesungguhnya hal itu*

adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.[3]

Pada ayat di atas dijelaskan "*tijarat-an 'an taradhin minkum*" yang merupakan salah satu asas dalam berbisnis yaitu saling meridhai dan tanpa unsur paksaan diantara kedua belah pihak yang berbisnis atau bertransaksi. Dalam berbisnis tidak boleh adanya unsur kecurangan yang akan merugikan salah satu dari pihak yang bertransaksi.

Aturan tentang jual beli juga terdapat dalam al-Qur'an surat Al-An'am [6]:152:

وَلَا تَقْرَبُوا۟ مَالَ ٱلْيَتِيمِ إِلَّا بِٱلَّتِى هِىَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُۥ ۖ وَأَوْفُوا۟ ٱلْكَيْلَ وَٱلْمِيزَانَ بِٱلْقِسْطِ ۖ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۖ وَإِذَا قُلْتُمْ فَٱعْدِلُوا۟ وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۖ وَبِعَهْدِ ٱللَّهِ أَوْفُوا۟ ۚ ذَٰلِكُمْ وَصَّىٰكُم بِهِۦ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ (١٥٢)

Artinya: *Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfa'at, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil kendatipun dia adalah kerabat mu, dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.*[4]

Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam jual beli umat Islam dituntut untuk belaku adil dan jujur agar tidak terjadi kezhaliman dalam jual beli yang akan merugikan orang lain. Aturan dalam Islam, menjelaskan berbagai etika perdagangan yang harus dilakukan dalam melaksanakan proses jual beli. Diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam

[3] Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*, Jakarta:Rajawali Pers, 2011.h.10.

[4] Departemen Agama RI,*Al-Qur'an dan terjrmahanya*, Jakarta:P.T Insan Media Pustaka, 2012,h.582.

tersebut suatu usaha perdagangan dan seorang muslim akan berkembang dan maju pesat lantaran selalu mendapat berkah Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli masing-masing akan saling mendapat keuntungan.

Rasulullah SAW adalah pedagang yang jujur, professional, dan terpercaya yang telah terbina dengan baik sejak beliau kecil. Rasulullah SAW selalu memperlihatkan rasa tanggung jawab dan integritas yang besar ketika berurusan dengan orang lain dalam berbisnis. Sikap ini dibawa beliau ketika menjadi pemimpin umat. Dalam kaitan sikap profesionalisme, Rasulullah SAW pernah mengatakan,"Apabila menejemen diserahkan kepada yang bukan ahlinya maka tunggu saja kehancurannya". maka disini lah letak pentingnya profesionalisme dalam bisnis Islam.[5]

Manusia diciptakan Allah sebagai khalifah dimuka bumi yang tidak mungkin bersifat individualis, karena manusia tidak akan bisa hidup dengan sejahtera tanpa adanya bantuan dari orang lain, maka dari itu diperlukan adanya etika sebagai pedoman dalam bertransaksi pada kegiatan ekonomi. Etika bisnis merupakan salah satu aturan yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist Nabi yang menjunjung tinggi semangat saling percaya , kejujuran, dan keadilan dalam bisnis.

[5] Hermawan Karta Jaya dan Muhammad Syakir Sula, *syari'ah marketing,* Bandung:Mizan, 2006,h.32.

Masih minimnya pemahaman dari masyarakat terhadap etika bisnis Islam baik itu dalam usaha berskala besar,menengah maupun kecil merupakan suatu fakta yang tidak bisa dipungkiri. Faktanya dapat dilihat dari prilaku para pengusaha yang memperoleh keuntungan dengan cara-cara yang dilarang dalam kaidah bisnis Islam, pada aturanya dalam berbisnis seharusnya para pelaku usaha harus menjadikan Al-Qur'an dan Hadis sebagai pedoman dalam berusaha.

Di pasar atas Bukittinggi terdapat banyak toko-toko yang menjual barang sejenis dengan Toko Rahmat, berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan pada toko-toko yang menjual barang sejenis dengan Toko Rahmat kedaanyan cendrung mengalami penurunanan jumlah pelanggan, keadaan ini berbanding terbalik dengan yang terjadi pada Toko Rahmat yang cenderung mengalami peningkatan jumlah pelanggan dari tahun ke tahun. Dari segi pelayanan memang terdapat perbedaan antara Toko Rahmat dibanding toko-toko kosmetik yang lain, yaitu perlakuan pelayanan yang sama terhadap setiap pelanggan tanpa memandang sedikit banyaknya barang yang akan di beli oleh pelanggan tersebut, pelayanan yang seperti ini memang tidak ditemukan pada toko-toko lain yang terdapat di Pasar Atas Bukittinggi.

Dari hal diatas peneliti ingin menganalisa dengan melakukan penelitian yang lebih spesifik pada Toko Rahmat untuk mengetahui lebih lanjut mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan kemudian mengangkatnya dalam bentuk skripsi dengan judul: ***"Analisis Penerapan Etika***

Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Toko Rahmat di Pasar Atas Bukittinggi".

B. **Identifikasi Masalah**

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat di identifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan pola pelayanan Toko Rahmat terhadap pelanggan, yang berbeda dengan toko-toko kosmetik lain yang ada di Pasar Atas Bukittinggi.

C. **Rumusan dan Batasan Masalah**

1. Rumusan Masalah

   Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana Penerapan Etika Bisnis dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Toko Rahmat?

2. Batasan Masalah

   Berdasarkan permasalahan pada latar belakang adanya penerapan etika bisnis Islam pada Toko Rahmat, dalam penyusunan penulisan ini, penulis membatasi pokok bahasan tentang penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Toko Rahmat.

D. **Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Toko Rahmat.

E. **Manfaat Penelitian**

Dengan tercapainya tujuan diatas, manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

a. Memberikan sumbangan pemikiran dan informasi bagi para pembaca, khususnya bagi penulis.
b. Menambah pengetahuan sebagai bahan rujukan dan menambah khazanah perpustakaan.
c. Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri.

F. **Penjelasan Judul**

Analisis	: Penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.[6]
Penerapan	: Suatu perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya.
Etika Bisnis Islam	: Suatu proses dan upaya guna mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang berkenaan dengan produk,

[6] Adi Gunawan, *Kamus Cerdas Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kartika, 2003), h. 25

pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.[7]

Loyalitas Pelanggan : Komitmen pelanggan untuk berlangganan dengan toko dan memutuskan untuk menjadi pelanggan tetap suatu toko, yang merupakan wujud kepercayaan pelanggan terhadap produk yang dipasarkan oleh Toko.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam penelitian ini dibagi alam lima BAB, antara lain sebagai berikut:

BAB I : Berisi pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Berisi Tinjauan Pustaka yang menjelaskan deskripsi teori tentang etika bisnis Islam dan loyalitas pelanggan.

BAB III : Berisi Metode Penelitian, Berisi Jenis dan Sumber Data, Informan, Metode Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

---

[7] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam,* (Bandung : Alfabeta,2013) hal 35

BAB IV : Hasil penelitian yang menjelaskan tentang bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

BAB V : Penutup yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Ada tiga istilah yang populer, yakni, *akhlak*, *moral* dan *etika*. Istilah "etika" dan "moral" dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama. Etika berasal dari bahasa latin '*etos*' yang berarti 'kebiasaan'. sinonimnya adalah 'moral', juga berasal dari bahasa yang sama '*mores*' yang berarti 'kebiasaan'. Sedangkan bahasa arabnya 'akhlak', bentuk jamak dari mufradnya '*khuluq*' artinya 'budi pekerti'. Keduanya bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat (*custom* atau *mores*), yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau baik.

Untuk memahami arti etika, maka perlu membandingkannya dengan moralitas, baik etika maupun moraitas sering secara bersamaan serta dapat dipertukarkan dengan pengertian yang sering disamakan begitu saja.[8]

Dilihat dari asal usulnya kata etika (*ethos*) barasal dari bahasa yunani yang berarti adat, watak atau kesusilaan, yang dalam bentuk jamaknya (*taetha)*. Dalam pengrtian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang

[8] Muslich, *Etika Bisnis Pendekatan Substantif Dan Fungsional*, (Yogyakarta: Ekonisia 1998)Hal 13

baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat.[9]

Al-Ghazali dalam kitab ihya'ulum al-din menjelaskan pengertian "khuluq" (etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa yang daripadanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran. Menurut para ahli antara lain Velasques, etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Sedangkan menurut Hill dan Jones menyatakan etika bisnis adalah suatu ajaran untuk membedakan antara salah dan benar guna memberikan pembekalan kepada pemimpin perusahaan ketika mempertimbangkan untuk mengambil keputusan strategis yang terkait dengan masalah moral yang sangat kompleks.[10]

Pada dasarnya teori etika itu terbagi atas tiga macam, yaitu:

a. Teori Deontologi

Etika deontologi menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibatnya atau tujuan baik dari tindakan yang dilakukan, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik bagi diri sendiri.

[9] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, Alfabeta:Bandung, 2013, h.24.

[10] H. mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan Dan Menajemen Usaha Kecil*, Bandung:alfabeta,2009, h.277

b. Etika Teologi

Etika yang mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dengan melakukan tindakan itu, atau berdasarkan akibatnya yang ditimbulkan atas tindakan yang dilakukan. Suatu tindakan dinilai baik, jika bertujuan mencapai sesuatu yang baik, atau akibat yang ditimbulkanya baik dan bermanfaat.

c. Etika Utilitarisme

Etika Utilitarisme merupakan paham atau aliran dalam filsafat moral yang menekankan prinsip manfaat atau kegunaan (*the principle of utility*) sebagai prinsip moral yang paling mendasar. Dengan prinsip kegunaan dimaksudkan prinsip yang menjadikan kegunaan sebagai tolak ukur pokok untuk menilai dan mengambil keputusan apakah tindakan itu secara moral dapat dibenarkan atau tidak.[11]

2. Pengertian Bisnis

Kata "Bisnis" dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata "*Businnes*" dari bahasa inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Menurut Buchri Alma, pengertian bisnis ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang atu jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis

[11] Agus arijanto, *Etika Bsnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta:Rajawali Pers, 2014,h.10.

juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.[12]

Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis merupakan suatu organisasi yng menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.[13]

Bisnis merupakan bagian dari perdagangan dalam rangka mencari pencaharian melalui jual beli untuk tujuan untung. Menurut Ibnu Khaldun, berbisnis (berdagang) adalah kegiatan mencari usaha dengan pemanfaatan modal harta melalui jual beli. Jadi, bisnis merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan dalam produksi, menyalurkan, memasarkan barang dan jasa yang diperlukan oleh manusia baik dengan cara berdagang maupun bentuk lain dan tidak hanya mengejar laba (*profit oriented-social oriented*).[14]

Seseorang yang melakukan suatu bisnis dapat menghasilkan suatu keuntungan jika mengambil resiko, dengan memasuki suatu pasar baru dan siap menghadapi persaingan dengan bisnis-bisnis lainnya. organisasi bisnis yang mengevaluasi kebutuhan dan permintaan konsumen, kemudian bergerak secara efektif masuk kedalam suatu pasar, dapat menghasilkan keuntungan substansial.[15]

---

[12] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, Alfabeta:Bandung, 2013, h.28.
[13] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, Alfabeta:Bandung, 2013, h.29.
[14] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, Alfabeta:Bandung, 2013, h.31.
[15] Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Kencana:Jakarta, 2013, H.4.

3. Pengertian etika bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.[16]

Etika Bisnis adalah Etika (*Ethics*) yang menyangkut tata pergaulan didalam kegiatan-kegiatan bisnis. Bisnis adalah kegiatan-kegiatan teratur melayani suatu kebutuhan yang bersifat umum (artinya: non-personal) sambil memperoleh (*income*). Jika didalam "pendapatan" itu dikalkulasikan laba (*profit*), maka bisnis tersebut bersifat bisnis "komersial" (*commersial business*). Inilah pandangan yang umum.[17]

Etika bisnis dapat diartikan sebagai pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas berarti aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, dan kerenanya perilaku manusia tersebut diperbolehkan atau tidak. Moralitas selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan manusia dengan kegiatan ekonomi merupakan suatu bidang perilaku manusia yang penting.[18]

Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Al-Qur'an dan hadis yang bertumpu pada 6 prinsip, terdiri dari kebenaran, kepercayaan, ketulusan,

[16] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, Alfabeta:Bandung, 2013, h.35.
[17] Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, Rineka Cipta:Jakarta, 2011, H.113.
[18] Sutarno, *Serba-Serbi Menajemen Bisnis*, Graha Ilmu:Yogyakarta, 2012, H.14.

persaudaraan, pengetahuan dan keadilan. Dengan demikian etika bisnis dalam syaria'at Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam menjalankan bisnisnya tidak perlu ada ke khawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.[19] Etika bisnis membangun kepercayaan, sedangkan kepercayaan merupakan dasar dari bisnis modern. Tanpa ada dari keprcayaan konsumen sebuah bisnis akan runtuh yang akan berujung pada kerugian bagi pihak pelaku bisnis itu sendiri. Demikian pula pelaku bisnis harus mempunyai sikap ramah, sikap longgar dan rendah hati dalam melakukan transaksi bisnis.[20]

Penggabungan etika dan bisnis dapat berarti memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan memenuhi tuntutan-tuntutan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman, dan sebagainya. Bisnis yang beretika adalah bisnis yang memiliki ketulusan dalam menjaga kontrak sosial yang sudah bejalan. Kontrak sosial merupakan janji yang harus ditepati.[21]

---

[19] Ali hasan, *Manajemen Bisnis Sayri'ah*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2009, h.171.

[20] Muhammad Djakfar, *Anatomi Prilaku Bisnis, Dialektika Etika Dengan Realita*, Cet ke-1, (Malang: UIN-Malang Press, 2009),hal.274.

[21] Mardani, hukum bisnis syariah, Jakarta:Prena Media Group, 2014, h. 26.

Etika bisnis mengatur aspek hukum kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta, sehingga etika bisnis yaitu:

a. Menolak monopoli.
b. Menolak eksploitasi.
c. Menolak diskriminasi.
d. Menuntut keseimbangan hak dan kewajiban.
e. Terhindar dari usaha yang tidak sehat

Ajaran etika yang berpedoman bahwa kebaikan dari suatu perbuatan dapat dilihat dari sumbangannya untuk kebahagiaan hidup manusia. Menilai baik buruknya suatu pebuatan berdasarkan besar kecilnya manfaat bagi kehidupan manusia. Etika bisnis Islam adalah doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam yang terdapat dalam al-Qur'an dan hadis Nabi, yang didalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat terpuji.[22]

Menurut Yusuf Qardahwi yang dikutip dari buku Mardani, Islam mempunyai etika dalam berdagang (berbisnis), yaitu:

a. Menegakkan larangan berdagang barang-barang yang diharamkan.
b. Bersikap benar, amanah, dan jujur.
c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
d. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.

[22] Sudarsono, *Etika Bisnis Islam Tentang Kenakalan Remaja* cet ke-3,(Jakarta: PT. Rieneke Cipta, 1993),hal. 40.

f. Berpegang pada prinsip bahwa berdagang merupakan bekal menuju akhirat.

Dalam menciptakan etika bisnis, ada beberapa hal yang perlu diprhatikan antara lain adalah[23]:

a. Pengendalian diri
b. Pengembangan tanggung jawab sosial
c. Mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi
d. Menciptakan persaingan yang sehat
e. Menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan
f. Menghindari sifat 5K (katabelece, kongkalingkong, koneksi, kolusi, dan komisi)
g. Mampu menyatakan yang benar itu benar
h. Menumbuhkan sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha bawah
i. Konsekuensi dan konsisten dengan aturan main yang telah disepakati bersama
j. Menumbuhkembangkan kesadaran dan rasa memiliki apa yang telah disepakati
k. Perlu adanya sebagian etika bisnis yang dituangkan dalam suatu hukum positif yang berupa aturan perundang-undangan

[23] Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*,(Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), hal 38-39

4. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang dimiliki oleh etika bisnis Islam. Pertama, etika bisnis berupaya mencari cara menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. Kedua, etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islam. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang yang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualis, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis. Ketiga, etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunnah.[24]

Ada beberapa fungsi yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut:[25]

a. Membangun kode etik islam yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi symbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari resiko.

[24] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang Walisongo Press,2009, h .76.
[25] Bambang Subandi, Bisnis Sebagai Strategi Islam, (Surabaya:Paramedia, 2000), hal 43.

b. Etika bisnis mejadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan diatas segalanya adalah tanggung jawab di hadapan Allah SWT.
c. Etika bisnis Islam dianggap sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
d. Etika bisnis Islam memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesame pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja.
e. Etika bisnis merupakan hal yang dapat membangun persaudaraan (uhkwah) dan kerja sama antara mereka semua para pelaku bisnis.

Pada dasarnya terdapat beberapa fungsi khusus dari etika bisnis Islam yaitu:

a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan berbagai kepentingan di dunia bisnis.
b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya dengan memberi suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spritulitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.

c. Etika bisnis Islam juga berperan memberika suatu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-qur'an.[26]

5. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam pradigma Islam tentang etika bisnis harus dibangun ladasan sebagai filosofi dalam pribadi muslim adalah adanya konsepsi hubungan manusia dengan manusia, manusia dengan lingkungannya, serta manusia dengan tuhanya.

Etika merupakan suatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan suatu keburukan, melakukan suatu hak kewajiban dan moral serta melakukan sesuatu dengan penuh tanggung jawab.

Ada 5 prinsip mendasar dalam ketentuan umum etika bisnis Islam sebagai berikut:

a. Kesatuan (tauhid)

Dalam etika bisnis Islam kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, social menjadi keseluruhan yang homogeny serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh, dalam konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan social demi membentuk kesatuan. Atas dasar

[26] Johan Arifin Etika Bisnis Islam…hal 76

pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertical, maupun horizontal, mambentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam Islam.

Islam menempatkan integritas sebagai nilai tertinggi yang memandu seluruh kemampuan, kopensasi dan kualifikasi tertentu untuk melaksanakan sutau kewajiban, dalam prinsip tauhid yang bertujuan untuk mencari ridho Allah SWT dan cara-caranya yang tidak bertentangan dengan syariat Islam.[27]

Dalam konsep tauhid berarti Allah sebagai tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas prilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainya.[28] Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius dengan aspek-aspek lainya, seperti ekonomi akan mendorong manusia kedalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten dalam dirinya dan selalu merasa diawasi oleh Allah. Pada konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa di awasi oleh Allah yang maha melihat. Ini juga terdapat dalam firman Allah Q.S al-baqarah ayat 265:

وَمَثَلُ ٱلَّذِينَ يُنفِقُونَ أَمۡوَٰلَهُمُ ٱبۡتِغَآءَ مَرۡضَاتِ ٱللَّهِ وَتَثۡبِيتٗا مِّنۡ أَنفُسِهِمۡ كَمَثَلِ جَنَّةِۭ بِرَبۡوَةٍ أَصَابَهَا وَابِلٞ فَـَٔاتَتۡ أُكُلَهَا ضِعۡفَيۡنِ فَإِن لَّمۡ يُصِبۡهَا وَابِلٞ فَطَلّٞۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ بَصِيرٌ (٢٦٥)

[27] Faisal Badroen, Etika Bisnis Dalam Islam, Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2007, h. 88

[28] Faisal Badroen, Etika Bisanis Islam, (Jakarta:prenada media Group, 2007), hal 89

Artinya: *Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya karena mencari keridhaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun yang terletak di dataran tinggi yang disiram oleh hujan lebat, maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali lipat. Jika hujan lebat tidak menyiraminya, maka hujan gerimis pun memadai. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu perbuat.*

Ayat diatas menjelaskan bahwa seluruh kegiatan manusia dimuka bumi ini tidak luput dari pengawasan Allah.

b. Keadilan(Equilibrium)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial hak alam semesta serta hak Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai stake holder dari prilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syari'ah). tidak mengakomodir salah satu hak diatas dapat menempatkan seseorang pada kezaliman.[29]

Islam mengharuskan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang untuk berbuat curang atau berlaku zalim, Rasulullah SAW diutus Allah untuk membangun keadilan dan menyempurnakan akhlak manusia di dunia ini. Dalam Al-Qur'an memerintahkan kepada umat Islam untuk

[29] Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2007, h. 89.

menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan tidak melakukan pengurangan takaran dan timbangan yang sesuai.

Dalam ayat Al-Qur'an allah SWT memerintahkan manusia untuk berbuat adil.[30] Sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 8 yang berbunyi:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ كُونُواْ قَوَّٰمِينَ لِلَّهِ شُهَدَآءَ بِٱلْقِسْطِ ۖ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَـَٔانُ قَوْمٍ عَلَىٰٓ أَلَّا تَعْدِلُواْ ۚ ٱعْدِلُواْ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرٌۢ بِمَا تَعْمَلُونَ (٨)

Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan kebenaran karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (8)*

Dari ayat diatas Allah menegaskan kepada orang-orang yang beriman untuk menegakan keadilan dalam semua kegiatan, termasuk dalam berbisnis, keadilan itu harus ditegakkan pada semua orang dan tidak membeda-bedakan satu sama lain, karena keadilan itu lebih dekat dengan taqwa kepada Allah SWT.

c. Kehendak bebas (*Free Will*)

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi dapat berperan aktif dalam kehidupan ekonomi. Hal ini dapat berlaku bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif, dimana pasar tidak

[30] Adiwarman A.kariem, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007), hal 18

mengharapkan adanya intervensi dari pihak manapun, tidak terkecuali dengan negara dan otoritas penentuan harga atau private sector dengan kegiatan monopolistik. Konsep ini juga kemudian menentukan bahawa pasar islami harus bisa menjamin adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di pasar, berikut faktor-faktor produksinya. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Tidak ada batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manuia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.[31]

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar, dan tidak adanya batasan pendapat bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

Kecendrungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya berupa zakat, infak dan sedekah. Demikian juga kemerdekaan manusia, karena islam sangan memberikan kelonggaran dalam berkreasi, melakukan transaksi atau melaksanakan kegiatan bisnis atau investasi.

---

[31] Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2007, h. 96.

Kebebasan individu dalam melaksanakan semua kegiatannya adalah hal yang mutlak selama itu tidak melanggar aturan dalam islam. Bagi para pelaku bisnis, kebebasan dalam menciptakan mekanisme pasar memang diharuskan dalam Islam dengan syarat sebagai berikut.[32]

1) Tidak ada distorsi yaitu proses penzaliman
2) Tidak ada MAGHRIB (maysir, gharar, riba)

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Tidak adanya batasan dalam kebebasan merupakan suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan prilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat.

Tanggung jawab bisnis ditampilkan dalam transpransi, egaliter (seseorang yang percaya bahwa semua orang itu sederajat), kejujuran pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala usaha.

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tanggung jawab

[32] Adiwarman A.kariem, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007), hal 23

muslim yang sempurna ini tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya.

Seperti firman Allah dalam surat Al-isra ayat 36:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِۦ عِلْمٌۚ إِنَّ ٱلسَّمْعَ وَٱلْبَصَرَ وَٱلْفُؤَادَ كُلُّ أُوْلَٰٓئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْـُٔولاً (٣٦)

Artinya: *Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggunganjawabnya. (36)*

Dalam bidang ekonomi dan bisnis, aksioma ini dijabarkan menjadi suatu pola tertentu. Karena manusia telah menyerahkan suatu tanggung jawab yang tegas untuk memperbaiki kualitas lingkungan dan social, maka prilaku konsumsi seseorang tidak sepenuhnya bergantung dengan penghasilanya sendiri, ia juga menyadari tingkat penghasilan dan konsumsi berbagai masyarakat lain. Konsep tanggung jawab dalam islam mempunyai sifat berlapis ganda dan berfokus baik pada tingkat mikro maupun makro (organisasi dan sosial), yang keduanya harus dilakukan bersama.[33]

e. Kebenaran (kebaikan dan kejujuran)

Prinsip disamping memberi pengertian benar lawan dari salah, merupakan prinsip yang mengandung dua unsur penting yaitu kebajikan

[33] Adiwarman A.kariem, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007), hal 23

dan kejujuran. Kebenaran merupakan satu prinsip yang tidak bertentangan dengan seluruh ajaran Islam.

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan. Kebenaran merupakan nilai yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam, dalam bisnis kebenaran dimaksud sebagai niat, sikap dan prilaku benar yang meliputi proses akad dalam transaksi, proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

Kebaikan adalah sikap ihsan (benevolence), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah, dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita perbuat.[34]

Keihsanan adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, keihsanan sesuatu yang selalu tempat terbaik disisi Allah SWT.

Ada beberapa perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis yaitu :

[34] Muhammad Djafar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press,2007), hal 147

1) Kemurahan hati (*leniency*).
2) Motif pelayanan (*Service Motive*).
3) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.[35]

Kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun, dengan demikian kebenaran, kebaikan kejujuran dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa. Al-Qur'an menegaskan agar dalam bisnis tidak melakukan cara-cara yang mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman, sebalikanya dilakukan dengan kesadaran dan sukarela.[36]

Kejujuran merupakan sifat Rasulullah SAW yang patut ditiru, Rasulullah SAW dalam berbisnis selalu mengedepankan sifat jujur, beliau selalu menjelaskan kualitas sebenarnya dari barang yang dijual, serta tidak pernah berbuat curang bahkan mempermainkan timbangan. Oleh karena itu pentingnya kejujuran dalam pola transaksi jual beli dapat membawa keberuntungan.[37]

---

[35] Erly Juliyani,"*Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam*", jurnal ilmiah institut pesantren sunan drajat (INSUD). Vol. 7 No. 1, 2016, hal. 69.

[36] Adiwarman A.kariem, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007), hal 18

[37] Muhammad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Yogyakarta: YKPN, 2004), hal 37.

Pada masa muda Rasulullah beliau merupakan seorang pedagang yang jujur, dengan kejujuran beliau itu beliau dipercayakan oleh khadijah untuk membawa dan menjual barang dagangannya di negri syam.[38]

Kejujuran adalah suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan bisnis yang baik dan berjangka panjang, kejujuran termasuk prasyarat keadilan dalam hubungan kerja dan berkaitan dengan kepercayaan. Kepercayaan juga merupakan asset yang sangat berharga dalam berbisnis. Ini dijelaskan dalam Al-qur'an surat Al-Mutaffifin ayat 1-6

وَيۡلٞ لِّلۡمُطَفِّفِينَ (١) ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكۡتَالُواْ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسۡتَوۡفُونَ (٢) وَإِذَا كَالُوهُمۡ أَو وَّزَنُوهُمۡ يُخۡسِرُونَ (٣) أَلَا يَظُنُّ أُوْلَٰٓئِكَ أَنَّهُم مَّبۡعُوثُونَ (٤) لِيَوۡمٍ عَظِيمٖ (٥) يَوۡمَ يَقُومُ ٱلنَّاسُ لِرَبِّ ٱلۡعَٰلَمِينَ (٦)

Artinya: *Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (1) yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, (2) dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. (3) Tidakkah orang-orang itu yakin, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, (4) pada suatu hari yang besar, (5) yaitu hari ketika manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam? (6)*

Ayat diatas telah jelas menunjukkan bahwa dalam kegiatan bisnis, prinsip kejujuran memiliki nilai yang sangat tinggi.

Menurut Al-gazali dalam buku Ismail Yusanti terdapat enam bentuk kebajikan dalam bisnis.[39]

1) Jika seseorang membutuhkan sesuatu maka orang lain harus memberikanya dengan mengambil keuntungan sedikit mungkin. Jika

[38] Abdullah Haidir, *Sejarah Hidup Dan Perjuangan Hidup Rasulullah*, (Surabaya:Pustaka Elba, 2009), h.24.

[39] Ismail Yusanti *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta:Gema Insani Press, 2007) hal 17

seorang pemberi melupakan keuntungannya, maka hal tersebut akan lebih baik baginya.

2) Jika seseorang membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik baginya kehilangan sedikit uang dengan membayarnya lebih dari harga yang sebenarnya.
3) Dalam mengabulkan hak pembayaran dan pinjaman seseorang harus bertindak secara bijaksana dengan member waktu yang lebih banyak kepada sang peminjam untuk membayar hutangnya.
4) Merupakan tindakan yang baik bagi sipeminjam untuk mengembalikan pinjamannya sebelum jatuh tempo dan tanpa harus diminta.
5) Seketika menjual barang secara kredit, seseorang harus cukup bermurah hati, tidak memaksa orang untuk membayar hutang ketika belum mampu untuk membayar hutangnya dalam waktu yang sudah ditetapkan.

B. Etika Bisnis Rasulullah SAW

Etika bisnis Islam juga tercermin dalam sifat-sifat yang dimiliki Rasulullah SAW dalam kegiatan bisnis yang beliau lakukan:

1. Benar (siddiq)

Nilai dasarnya adalah integritas, nilai-nilai dalam bisnisnya berupa jujur, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional.

2. Amanah

Nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam bisnisnya ialah kepercayaan, tanggung jawab, transparan, dan tepat waktu.

3. Fathanah

Nilai dasarnya adalah memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis ialah memiliki visi, pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa serta belajar berkelanjutan.

4. Tabligh

Nilai dasarnya adalah komunikatif, dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, mempunyai kendali dan supervisi.

Beberapa aturan bisnis yang di terapkan Rasulullah SAW:

a. Jujur, dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis, Rasulullah SAW sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktifitas bisnis atau dangang.
b. Ramah tamah, pelaku bisnis harus menerapkan keramah tamahan dalam menjalankan bisnis, karena ini merupakan salah satu kunci dari kesuksesan suatu bisnis.
c. Menolong (ta’awun), pelaku bisnis menurut Islam tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak banyaknya, tetapi juga berorientasi kepada sikap menolong orang lain atau kesadaran member kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

d. Tidak bersumpah palsu, sumpah palsu tidak boleh dilakukan dalam kegiatan bisnis, karena ini akan menimbulkan kerugian terhadap konsumen yang terlibat dalam transaksi bisnis.
e. Najsy adalah bermakna al-itsarah yang artinya dendam. Sedangkan dalam makna istilah, najsy adalah pura-pura menaikkan harga barang yang ditawarkan. Tujuannya tentu agar calon pembeli tertipu dan membeli dengan harga yang lebih tinggi. Sedangkan lelang tidak sama dengan najsy, karena lelang tidak bertujuan untuk menipu calon pembeli.
f. Tidak berspekulasi, menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi tinggi dan menimbulkan keuntungan yang tinggi.
g. Menggunakan takaran, ukuran dan timbangan yang benar.

   Allah memerintahkan umat Islam menggunakan takaran yang sesuai, yaitu takaran yang tidak merugikan orang lain.
h. Bisnis tidak boleh mengganggu ibadah kepada Allah.
i. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan, pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda serta pembayaran upah harus sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan atau dikerjakan.
j. Tidak melakukan monopoli.

   Allah sangat melarang manusia melakukan tindakan monopoli, seperti yang dijelaskan dalam Q.S Al-Hasyr ayat 7:

مَّآ أَفَآءَ ٱللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِۦ مِنۡ أَهۡلِ ٱلۡقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي ٱلۡقُرۡبَىٰ وَٱلۡيَتَٰمَىٰ وَٱلۡمَسَٰكِينِ وَٱبۡنِ ٱلسَّبِيلِ كَيۡ لَا يَكُونَ دُولَةَۢ بَيۡنَ ٱلۡأَغۡنِيَآءِ مِنكُمۡۚ وَمَآ ءَاتَىٰكُمُ ٱلرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَىٰكُمۡ عَنۡهُ فَٱنتَهُواْۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلۡعِقَابِ (٧)

Artinya: *Apa saja harta rampasan fai-i yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, Rasul, kerabat Rasul, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah dia. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah; dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya.*

k. Tidak boleh menjual barang berbahaya (mudharat) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial.

l. Bisnis dengan bersikap rela

Allah berfirman dalam Al-qur'an surat an-Nisa ayat 29:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا (٢٩)

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu;sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (29)*

m. Bisnis yang dijalankan harus bebas dari unsur riba.

Allah sangat menegaskan larangan riba, yang terdapat dalam al-Qur'an surat Q.S al-baqarah ayat 275-276:

ٱلَّذِينَ يَأۡكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِي يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيۡطَٰنُ مِنَ ٱلۡمَسِّۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمۡ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡبَيۡعُ مِثۡلُ ٱلرِّبَوٰاْۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوۡعِظَةٞ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمۡرُهُۥٓ

إِلَى ٱللَّهِۖ وَمَنۡ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصۡحَٰبُ ٱلنَّارِۖ هُمۡ فِيهَا خَٰلِدُونَ (٢٧٥) يَمۡحَقُ ٱللَّهُ ٱلرِّبَوٰاْ وَيُرۡبِي ٱلصَّدَقَٰتِۗ وَٱللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ (٢٧٦)

Artinya: *Orang-orang yang makan mengambil riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran tekanan penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata berpendapat, sesungguhnya jual-beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti dari mengambil riba, maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu sebelum datang larangan dan urusannya terserah kepada Allah. Orang yang mengulangi mengambil riba, maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (275) Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah . Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa. (276)*

C. Loyalitas Konsumen

1. Pengertian Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen merupakan pembentukan sikap dan pola prilaku seorang konsumen terhadap pembelian dan penggunaan produk hasil dari pengalaman mereka sebelumnya. Beberapa ciri-ciri konsumen yang loyal yaitu:

a. Kemantapan kepada sebuah produk

Saat melakukan pembelian konsumen akan memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada. Pilihan tersebut didasarkan pada kualitas, mutu, harga yang terjangkau, dan faktor-faktor lain yang dapat memantapkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang benar-benar ingin digunakan atau dibutuhkan.

b. Kebiasaan dalam membeli produk

Kebisaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen merasa produk tersebut sudah terlalu melekat di benak mereka karena mereka sudh merasakan mamfaat dari produk tersebut. Oleh karena itu, konsumen akan merasa tidak nyaman jika mencoba produk yang baru dan harus menyesuaikan diri lagi. Mereka akan cendrung memilih produk yang telah biasa mereka gunakan.

c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain

Saat melakukan pembelian dan merasakan manfaat yang diperoleh dari produk, mereka akan merekomendasikan produk itu kepada orang lain, sehingga akan menambah konsumen baru terhadap suatu produk.

d. Melakukan pembelian ulang

Kepuasan konsumen dalam menggunakan sebuah produk akan menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang produk tersebut. Mereka merasa kalau produk tersebut sudah cocok dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan.[40] Menurut Irawan menyatakan seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan value dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. Value ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi.

[40] Philp Kotler, *Menajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jakarta:Prenhalindo, 2000, H.212.

Niai yang diterima oleh pelanggan (constumer delivered value) adalah perbedaan antara nilai total pelanggan (total constumer value) dengan total biaya pelanggan (total custumer cost). Total nilai pelanggan adalah sejumlah mamfaat yang diharap pelanggan dari nilai bara dan jasa yang dibeli. Sedangkan total biaya pelanggan adalah sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan barang dan jasa yang diinginkan.

2. Indikator Loyalitas Konsumen

Sikap loyalitas konsumen terbentuk setelah kepuasan konsumen terpenuhi, loyalitas dapat diukur dengan 3 indikator yaitu:

a. Repeat

Yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian berulang pada suatu produk sebanyak dua kali atau lebih, biasanya produk yang sama atau produk yang berada dalam dua kesempatan yang berbeda pula.

b. Retention

Yaitu apabila konsumen tidak terpengaruh barang atau jasa yang ditawarkan oleh pihak lain.

c. Referral

Yaitu apabila barang atau jasa yang diterima memuaskan, maka konsumen akan memberi tahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima ia tidaka akan

bicara pada pihak lain, tapi justru akan memberitahukan kekurangan tersebut kepada pihak penyedia barang.

3. Kajian Terdahulu

Nama	Penelitian	Variabel Independen	Variabel Dependen	Hasil Penelitian
Endah Dwi Agustina (Prodi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2016)	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta	Etika Bisnis Islam	Kepuasan Nasabah	Hasil Uji simultan (uji f) menunjukan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 artinya etika bisnis islam berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah BPRSdana hidayatullah yogyakarta
Faisal Yusuf saputra (Prodi Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2016)	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha Laundry Di Kecamatan Tembalang	Etika Bisnis Islam	Keuntungan Usaha	Etika BIsnis Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry* di kecamatan Tembalang Hal ini terbukti dari hasil uji t hitung sebesar 4,929 sedangkan nilai t table adalah 2,005 yang lebih kecil dibandingkan t hitung.
Skripsi Lailatul Hikmah (Jurusan Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang	Pengaruh Keragaman Produk dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Nasabah	Keragaman Produk Etika Bisnis Islam	Minat Nasabah	Secara simultan variabel keragaman produk dan etika bisnis islam mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa

tahun 2011)	Menggunakan Jasa BMT "Robbani" Kaliwungu			BMT Robbani Kaliwungu.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) karena penulis melakukan pengamatan langsung, menggambarkan, menuturkan, dan menafsirkan suatu fenomena yang terjadi saat ini pada objek yaitu Toko Rahmat di Pasar Atas Bukittinggi. Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan di lapangan atau masyarakat.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Rahmat yang beralamat di Jl. Ahmad Yani Benteng Pasar Atas, Bukittinggi, Sumatera Barat, Indonesia. Pemilihan lokasi ini didasarkan karena Toko Rahmat merupakan salah satu toko kosmetik terbesar di Pasar Atas Bukittinggi. Untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dari sebuah usaha maka di perlukan etika bisnis agar konsumen tetap loyal terhadap Toko dan usaha dapat bertahan lama.

C. Sumber Data

1. Data Primer

   Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian. Data ini diperoleh dengan cara wawancara atau pengisian kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah ada atau data yang diterbitkan oleh pihak lain. Data ini diperoleh dari jurnal, majalah dan lainnya serta lembaga lainya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data sekunder penelitian ini adalah data yang didapat dari kepastian buku pustaka baik bacaan maupun data yang memungkinkan dengan penelitian dan relevan serta didapat dari situs internet.

D. Informan

1. Informan Kunci (*Key Inform*)

Informan kunci merupakan orang-orang yang sangat memahami permasalahan yang diteliti. Pada penelitian yang merupakan informan kunci adalah owner dari toko Rahmat Pasar Atas.

2. Informan non kunci (informan biasa)

Informan non kunci merupakan orang-orang yang dianggap mengetahui permasalahan yang diteliti.[41] Seperti, karyawan serta pelanggan toko Rahmat Pasar Atas.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

[41] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* ,(Bandung: Alfabeta, 2014)h.64

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada narasumber.[42] Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tanya jawab atau wawancara dengan responden (pelanggan) untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan yang sifatnya sebagai penunjang studi dalam mempertajam permasalahan.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder disajikan dalam uraian yang sesuai dengan hasil penelitian, kemudian disusun secara teratur. Data yang disajikan mula-mula dalam bentuk gambaran, kemudian dianalisis dan berkhir dengan penrikan kesimpulan. Dalam analisis data yakni data yang diperoleh dari hasil penelitian, baik data dari hasil wawancara, observasi maupun dari telaah dokumen, disusun secara sistematis, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis kualitatif. Setelah itu penulis akan mengkorelasikan teori dan penerapanya dalam bentuk tinjauan umum dalam perspektif etika bisnis islam.

[42] Gorys Keraf, *Komposisi* (Jakarta: Nusa Indah, 2001), hal 162

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Toko Rahmat

1. Sejarah Toko Rahmat

   Toko Rahmat merupakan toko yang menjual alat kosmetik dan perlengkapan bayi, toko ini didirikan pada tahun 1960 oleh orang tua dari Elfi Sakinah yang merupakan pemilik toko rahmat sekarang ini, toko Rahmat sudah berdiri lebih kurang 59 tahun.

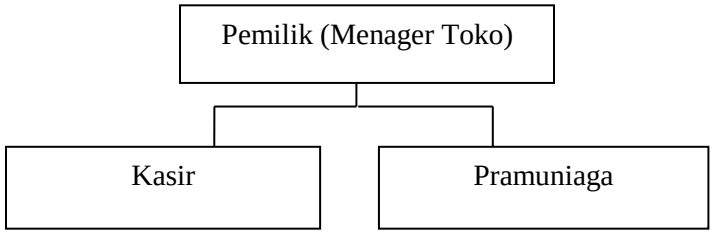
2. Letak Geografis Toko Rahmat

   Toko Rahmat merupakan salah satu toko kosmetik yang terbesar di Pasar Atas Bukittinggi, yang berada di Kelurahan Benteng Pasar Atas Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi dengan titik Koordinat Toko -0.30441560000000006, 100.3692621.

   Toko Rahmat berada di Jl.Ahmad Yani di komplek pertokoan Kampung Cina Bukittinggi tepatny disebelah kanan toko sepatu Juwita, sebelah kiri Makmur Art dan didepan Pizza Hut Bukittinggi. Toko Rahmat merupakan salah satu dari 2 toko kosmetik yang ada di komplek pertokoan Kampung Cina.

3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Deskripsi Jabatan

a. Pemilik (Manajer Toko)

Pemilik merupakan pimpinan dalam pelaksanaan kegiatan umum perusahaan yang bertugas meliputi perencanaan, pengarahan, koordinasi, pengendalian dan evaluasi terhadap jalannya sebuah perusahaan, pemilik juga melakukan perencanaan yang strategis dalam jangka panjang dan memegang peranan yang sangat penting dalam perusahaan guna untuk melaksanakan apa yang telah direncanakan.

Tugas pemilik sekaligus menajer toko disini adalah untuk mengawasi kegiatan operasional toko dan bertanggung jawab atas segala hal yang berkaitan dengan operasionalnya. Termasuk didalamnya penanganan inventory, persediaan barang, dan lain-lain.

b. Kasir

Kasir bertugas melayani pembelian terutama dalam proses pembayaran, kasir juga bertugas melakukan pencatatan atas semua transaksi, membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai

suatu produk, melakukan proses transaksi pelayanan jual beli serta pembungkusan, melakukan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang, melakukan pencatatan kas fisik serta membuat laporan kepada atasan, melakukan pengecekan stok bulanan.

c. Pramuniaga

Pramuniaga bertugas mengelola barang dagangan di area penjualan, melakukan pengecekan barang dagangan didalam toko maupun gudang, memberikan informasi kepada konsumen mengenai suatu produk serta melayani konsumen selama berada didalam toko.

B. Gambaran Umum Pelayanan

Pelayanan merupakan proses interaksi antara seseorang yang berupaya memenuhi kebutuhan dengan seseorang yang ingin terpenuhi kebutuhannya, pelayanan juga dapat di defenisikan sebagai segala bentuk aktivitas yang diberikan oleh suatu pihak yang lain atau pelanggan dengan tujuan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan.

Ada beberapa landasan dalam memberikan pelayanan sebagai berikut:

1. Pusatkan perhatian pada pelanggan

   Pemusatan perhatian kepada pelanggan meliputi:

   a. Mendengarkan dengan penuh perhatian dan jangan sekali-kali memotong pembicaraan

b. Menanggapi pembicaraan pelanggan apabila pelanggan mengharapkan tanggapan
c. Perhatikan nada bicara, jangan rendah dan jangan terlalu tinggi
d. Menempatkan kepentingan pelanggan pada nomor satu.

2. Berikan pelayanan yang efisien

   Pelayanan efisien meliputi:

   a. Melayani pelanggan berikutnya segera setelah selesai pelanggan pertama
   b. Pergunakan waktu sekurat mungkin
   c. Memberi tindak lanjut pelayanan sampai tuntas
   d. Merencanakan tindakan selanjutnya yang akan dilakukan
   e. Menjawab pertanyaaan pelanggan secara singkat, tepat, cepat dan tidak bertele tele.

3. Naikkan harga diri pelanggan

   a. Mengenali kehadiran pelanggan
   b. Selalu menggunakan pelanggan sesering mungkin
   c. Tidak menggurui pelanggan
   d. Memuji dengan tulus dan memberikan penghargaan kepada pelanggan
   e. Memperlakukan pelanggan sebagai orang dewasa

4. Bina hubungan yang baik dan harmonis dengan pelanggan
    a. Menunjukkan simpati dan berbicara dengan penuh perasaan, untuk menunjukkan bahwa anda mengerti dan memahami perasaan pelanggan
    b. Mempersilahkan pelanggan dan berusaha menyelesaikan masalahnya.
5. Berikan penjelasan dan informasi sebaik mungkin

    Merupakan tindakan pemberian informasi kepada pelanggan tentang produk yang dipasarkan berupa spesifikasi produk barang maupun jasa
6. Ketahui apa keinginan pelanggan
    a. Menanyakan kepada pelanggan
    b. Mengulangi kembali apa keinginan pelanggan, kemudian menarik inti dari apa yang dikatakannya.
7. Alihkan tugas pada yang lebih mampu bila tak mampu melayani sendiri

    Setelah mengetahui keinginan pelanggan, jelaskan kepadanya sambil meminta maaf bahwa tidak mampu melayaninya, karena orang lain akan lebih baik melayaninya.[43]

[43] http://rnapsikologipelayanan.blogspot.com/2016/09/materi-psikologi-pelayanan.html(diakses pada 1 juli 2017, pukul 21.59)

C. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Toko Rahmat

Jual beli merupakan salah satu perbuatan yang merupakan perwujudan dari sikap tolong menolong antar sesama manusia, yaitu tolong menolong dalam hal memenuhi masing-masing. Namun tidak selamanya perbuatan baik itu bernilai baik, ketika terjadi kecurangan dan kebohongan, maka perbuatan baik seseorang akan menjadi tidak baik bahkan dapat menzolimi salah satu pihak antara penjual maupun pembeli[44].

Etika dan akhlak tidak bisa berjalan seimbang ketika akal pikiran seseorang mengatakan suatu perbuatan baik maka belum tentu dalam akhlak perbuatan tersebut dapat dinilai baik, karena yang menjadi tolak ukur baik atau buruk perbuatan didalam akhlak adalah al-Qur'an dan hadist. Segala perbuatan tidak bisa terlepas dari penilaian etika maupun akhlak, baik itu dalam keluarga maupun masyarakat, baik itu dilakukan secara individu atau bersama-sama. Apalagi perbuatan yang melibatkan orang lain, seperti perbuatan yang dilakukan saat bertransaksi jual beli[45].

Berangkat dari teori tentang prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam, maka peneliti memunculkan beberapa pertanyaan yang relevan dengan prinsip-prinsip yang terdapat dalam etika bisnis Islam yang menjadi dasar bagi umat manusia dalam berbisnis atau berdagang seperti berikut:

---

[44] Yatimin Abdulillah, *Studi Akhlak dalam Prespektif Al-Qur'an,* Jakarta: Amzah, 2007. h.32
[45] Asmaran As, *Pengantar Studi Akhlak,* Jakarta: Rajawali Pers, 1992,h.7.

1. Prinsip Kesatuan (tauhid)
2. Prinsip Keadilan (Equilibrium)
3. Prinsip Kehendak bebas (Free Will)
4. Prinsip Tanggung jawab (Resposibility)
5. Prinsip Kebenaran (kebaikan dan kejujuran)

Penerapan prinsip kesatuan (tauhid) dalam kegiatan penjualan di toko Rahmat penulis malihat manifestasi tauhid ini dari penunaian sholat lima waktu oleh pemilik dan karyawan toko Rahmat.

Untuk mengetahui tentang penerapan prinsip tauhid pada toko Rahmat, maka peneliti melakukan wawancara dengan pembeli toko Rahmat yang dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1

Bagaimana tindakan penjual saat tiba waktu shalat

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Menghentikan sementara transaksi	18	60%
2	Melanjutkan transaksi	6	20%
3	Tidak tahu	6	20%
	JUMLAH	30	100%

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari 30 orang pembeli, sebanyak 18 orang pelanggan atau 60% pembeli yang melihat kalau penjual menghentikan sementara transaksi penjualan, 6 atau 20% pembeli

melihat bahwa penjual melihat kalau penjual masih melanjutkan transaksi saat tiba waktu shalat, 6 atau 20% pembeli tidak mengetahuinya.

Islam mengharuskan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang untuk berbuat curang atau berlaku zhalim, Rasulullah SAW diutus Allah untuk membangun keadilan dan menyempurnakan akhlak manusia di dunia ini. Dalam Al-Qur'an memerintahkan kepada umat Islam untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan tidak melakukan pengurangan takaran dan timbangan yang sesuai.

Penerapan prinsip keadilan, peneliti dapat melihat manifestasi keadilan dari keaslian produk yang di jual kerena tidak sedikit pedagang yang menjual barang tiruan atau KW.

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana penerapan prinsip keadilan pada toko Rahmat, penulis melakukan wawancara dengan pembeli yang akan di jelaskan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.2

Pembeli Yang Memperoleh Barang KW

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Pernah	0	0%
2	Kadang-kadang	0	0%
3	Tidak pernah	30	30%
	JUMLAH	30	100%

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari 30 orang pembeli yang diwawancarai, seluruh pembeli tidak pernah memperoleh barang KW dari barang yang dijual di toko Rahmat.

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar dan tidak adanya batasan pendapat bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya, kebebasan individu dalam melaksanakan semua kegiatannya adalah hal yang mutlak selama itu tidak melanggar aturan dalam islam.

Bagi para pelaku bisnis, kebebasan dalam menciptakan mekanisme pasar memang diharuskan dalam Islam dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Tidak ada distorsi (proses penzaliman)

Dari observasi dan wawancara yang penulis lakukan dengan pemilik toko Rahmat, apakah beliau pernah membohongi pembeli terkait dengan barang yang belau jual di toko, beliau menjawab bahwa beliau tidak pernah membohongi pembeli, dan pemilik juga menerapkan itu kepada seluruh karyawan toko Rahmat untuk tidak membohongi pembeli dalam melakukan penjualan.

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang tidak adanya distorsi dalam penjualan di toko Rahmat , maka peneliti melakukan wawancara

dengan pembeli toko rahmat yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3

Sikap Pedagang Ketika Ada Cacat Dari Barang Yang Ditawarkan

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Menjelaskan cacat pada barang tersebut	21	70%
2	Kadang menjelaskan kadang tidak	8	27%
3	Menyembunyikannya	1	3%
	JUMLAH	30	100%

Dari tabel diatas dapat dijelaskan dari 30 pembeli yang diwawancarai, 21 atau 70% pembeli mendapat penjelasan tentang cacat dari barang yang di jual, 8 atau 27% pembeli kadang-kadang mendapat penjelasan kadang tidak, 1 atau 3% pembeli tidak mandapat penjelasan tentang kecacatan barang yang dijual.

b. Tidak ada MAGHRIB (*maysir*, *gharar*, *riba*)

Umat manusia dalam kegiatan memenuhi kebutuhan, salah satunya berdagang, dilarang untuk melakukan praktek MAGHRIB karena tindakan itu akan merugikan pembeli sehingga akad jual beli yang dilakukan itu tidak sah, tindakan ini dilakukan oleh penjual dengan tujuan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Untuk mengetahui lebih jauh tentang praktek MAGHRIB pada toko rahmat, penulis melakukan wawancara dengan pemilik toko Rahmat terkait apakah ada praktek MAGHRIB dalam kegiatan penjualan di toko Rahmat. Sesuai dengan jawaban dari pemilik toko Rahmat bahwa

"*saya tidak pernah melakukan praktek maysir, gharar dan riba dalam kegiatan penjualan, karena itu akan merugikan pembeli dan mengurangi loyalitas konsumen setra uang yang di dapat tidak akan berkah"*

Untuk mengetahui lebih dalam tentang tidak adanya prektek MAGHRIB pada toko Rahmat, peneliti melakukan wawancara dengan pembeli, yang dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4

Pernahkah Pembeli Tertipu Dengan Barang Yang Dijual

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Pernah	0	0%
2	Kadang-kadang	0	0%
3	Tidak pernah	30	100%
	JUMLAH	30	100%

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari 30 pembeli yang diwawancarai, semuanya atau 30 pembeli tidak pernah tertipu dengan barang yang dibeli di toko Rahmat.

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tanggung jawab muslim yang sempurna ini tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya.

Dalam perdagangan tanggungg jawab merupakan salah satu yang menjadi prinsip, setelah melaksanakan segala macam aktivitas bisnis dengan bebas. Yang bukan berarti bebas meakukan segalanya apa yang ingin dia kerjakan, tetapi bebas yang betanggung jawab.

Berangkat dari teori tentang tanggung jawab dalam etika bisnis Islam, penulis meneliti lebih jauh tentang bagaimana indikator tanggung jawab ini terapkan maka dapat dilihat dari bagaimana sikap pemilik toko ketika ada pembeli yang menemukan kecacatan dari barang yang sudah di beli.

Untuk mengetahui lebih lajut tentang penerapan prinsip tanggung jawab pada toko Rahmat, maka peneliti melakukan wawancara dengan pembeli toko Rahmat yang dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5

Sikap Penjual Ketika Pembeli Mengembalikan Barang Yang Cacat

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Mau, tapi menunjukkan sikap tidak senang	9	30%
2	Tidak mau menerima	5	17%
3	Minta maaf dan menggantinya dengan yang baru	16	53%
	JUMLAH	30	100%

Dari tabel diatas dapat dijelaskan dari 30 pembeli yang diwawancarai. 16 atau 53% pembeli, barang yang ditukarkannya diterima oleh toko Rahmat dan pemilik toko meminta maaf atas kesalahan itu, 9 atau 30% pembeli yang menukarkan barang yang cacat diterima penjual dan menukarnya dengan yang baru tetapi penjual menunjukkan ekspresi tidak senang, 5 atau 17% pembeli yang menukarkan barang yang cacat tidak diterima oleh penjual.

Dalam berdagang jujur dan tebuka merupakan hal yang sangat sulit dilakukan pedagang, sehingga transaksi yang dilakukan dapat merugikan pembeli karena barang yang dibeli tidak sesuai dengan harga yang telah di bayar oleh pelanggan, tindakan ini sering terjadi

dalam perdagangan karena tidak semua pedagang yang jujur menjelaskan kondisi barang yang dia jual.

Untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang penerapan prinsip kejujuran pada toko Rahmat, peneliti melakukan wawancara dengan pembeli seperti yang dijelakan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6

Penjelasan Produk Yang Dijual Kepada Pembeli

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Menjelaskan kualitas barang	18	60%
2	Kadang-kadang	8	27%
3	Tidak pernah menjelaskan	4	13%
	JUMLAH	30	100%

Dari tabel diatas dapat dijelaskan dari 30 pembeli yang diwawancarai, 18 atau 60% dari pembeli mendapat penjelasan tentang kualitas barang, 8 atau 27% pembeli kadang mendapat penjelasan dan kadang tidak mendapat penjelasan, 4 atau 13% pembeli tidak pernah dapat penjelasan tentang barang yang dibelinya.

Dalam berdagang kesabaran juga merupakan sifat yang harus ada pada penjual, seringkali pembeli melakukan tindakan yang membuat pejual marah, seperti membanding bandingkan harga dengan toko lain.

Penjual harus bersikap bijak dalam menanggapi sikap pembeli seperti di atas.

Untuk mengetahui penerapan prinsip kesabaran pada toko Rahmat ,maka peneliti melakukan wawancara dengan pembeli toko Rahmat tentang bagaimana sikap penjual saat pembeli membanding-bandingkan harga dengan toko lain.

Seperti yang dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7

Sikap Penjual Saat Pembeli Membanding-Bandingkan Harga Dengan Toko Lain

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Tetap ramah	15	50%
2	Tidak menanggapi	12	40%
3	Menunjukkan sikap tidak senang	3	10%
	JUMLAH	30	100%

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari 30 pembeli yang diwawancarai, 15 atau 50% melihat sikap ramah dari penjual pada saat pembeli membanding bandingkan harga, 12 atau 40% pembeli tidak ditanggapi oleh penjual saat pembeli membandingkan harga dengan toko lain, 3 atau 10% pembeli menerima sikap tidak senang dari penjual saat pembeli membanding bandingkan harga dengan toko lain.

Loyalitas pelanggan merupakan target pencapaian dari suatu usaha atau bisnis untuk memperoleh keuntungan jangka panjang, karena pelanggan yang loyal akan melakukan pembelian ulang di sebuah toko. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan toko Rahmat maka peneliti melakukan wawancara dengan pembeli toko Rahmat yang dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8

Keinginan Pelanggan Untuk Melakukan Pembelian Ulang di Lain Waktu

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Akan melakukan pembelian ulang	22	73%
2	Tidak akan melakukan pembelian ulang	3	10%
3	Ragu-ragu	5	17%
	JUMLAH	30	100%

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari 30 pembeli yang peneliti wawancarai 22 atau 73% pembeli ingin melakukan pembelian ulang ditoko Rahmat, 3 atau 10% pembeli tidak akan melakukan pembelian ulang, 5 atau 17% pembeli ragu-ragu akan melakukan pembelian ulang di toko Rahmat.

Berdasarkan hasil penelitian di atas terdapat beberapa analisis mengenai penerapan etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas konsumen toko Rahmat.

1. Prinsip Kesatuan (*tauhid*)

Dalam konsep tauhid Allah merupakan tuhan yang maha esa mengatur seluruh tindakan manusia sebagai khalifah di muka bumi ini, konsep tauhid juga bisa digambarkan sebagai bentuk hubungan vertikal antara hamba dengan pencipta dimana hamba atau makhluk harus tunduk dengan perintah-Nya.

Prinsip tauhid menjadi dasar seorang muslim dalam bertindak sebagai khlifah di muka bumi ini , salah satu bentuk manifestasi dari prinsip tauhid yaitu pelaksanaan shalat lima waktu.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan dari 30 orang pembeli, sebanyak 18 atau 60% pembeli yang melihat kalau penjual menghentikan sementara transaksi penjualan, 6 atau 20% pembeli melihat bahwa penjual melihat kalau penjual masih melanjutkan transaksi saat tiba waktu shalat, 6 atau 20% pembeli tidak mengetahuinya.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa prinsip tauhid sudah dijalankan oleh pemilik dan karyawan toko rahmat, karena pemilik dan karyawan ditoko rahmat menghentikan transaksinya saat tiba waktu shalat, walaupun terkadang masih melanjutkan transaksinya. Menurut peneliti pemilik dan karyawan toko Rahmat seharusnya secara konsisten

menghentikan transaksi saat tiba waktu shalat dan langsung mendirikan shalat.

Sebagaimana firman Allah dalam Q.S an-Nisa' ayat 103 dan Q.S annur ayat 37:

فَإِذَا قَضَيْتُمُ ٱلصَّلَوٰةَ فَٱذْكُرُواْ ٱللَّهَ قِيَـٰمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِكُمْۚ فَإِذَا ٱطْمَأْنَنتُمْ فَأَقِيمُواْ ٱلصَّلَوٰةَۚ إِنَّ ٱلصَّلَوٰةَ كَانَتْ عَلَى ٱلْمُؤْمِنِينَ كِتَـٰبًا مَّوْقُوتًا (١٠٣)

Artinya: *Maka apabila kamu telah menyelesaikan shalat [mu], ingatlah Allah di waktu berdiri, di waktu duduk dan di waktu berbaring. Kemudian apabila kamu telah merasa aman, maka dirikanlah shalat itu sebagaimana biasa. Sesungguhnya shalat itu adalah kewajiban yang ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman. (103)*

رِجَالٌ لَّا تُلْهِيهِمْ تِجَـٰرَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ ٱللَّهِ وَإِقَامِ ٱلصَّلَوٰةِ وَإِيتَآءِ ٱلزَّكَوٰةِۙ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ ٱلْقُلُوبُ وَٱلْأَبْصَـٰرُ (٣٧)

Artinya: *laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak pula oleh jual-beli dari mengingat Allah, dan dari mendirikan sembahyang, dan dari membayarkan zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang di hari itu hati dan penglihatan menjadi goncang. (37)*

Dari ayat diatas telah dijelaskan bahwa seorang muslim tidak boleh melalaikan shalat karena kesibukan dunia, karena sebagai seorang muslim harus menyeimbangkan antara kepentingan dunia dan akhirat, sehingga ketika masuk waktu shalat pemilik dan karyawan toko harus menghentikan transaksi saat tiba waktu shalat.

Diterapkannya prinsip tauhid dapat meningkatkan loyalitas pembeli toko Rahmat karena akan menciptakan kenyamanan dalam bertransksi yang tidak terlepas dari konsep syariah, Ini juga sesuai dengan pernyataan pembeli yang bernama Wicha,

"saya mau menuggu pemilik dan karyawan sholat dulu ketika saya berbelanja di toko Rahmat, saya tidak masalah jika harus menunggu karena memang seharusnya kita sholat diawal waktu, dan saya sering berbelanja disini"

2. Prinsip Keadilan (*Equilibrium*)

Keadilan merupakan gambaran dimensi horizontal ajaran Islam dan berhubungan dengan harmoni alam semesta, Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial hak alam semesta serta hak Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai stake holder dari prilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syari'ah).tidak mengakomodir salah satu hak diatas dapat menempatkan seseorang pada kezaliman.[46]

Seperti firman allah didalam Q.S al-Mutaffifin ayat 1-3:

وَيۡلٞ لِّلۡمُطَفِّفِينَ (١) ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكۡتَالُواْ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسۡتَوۡفُونَ (٢) وَإِذَا كَالُوهُمۡ أَو وَّزَنُوهُمۡ يُخۡسِرُونَ (٣)

[46] Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2007, h. 89.

Artinya: *Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang , (1) yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, (2) dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. (3*)

Prinsip keadilan yang diterapkan oleh pemilik toko Rahmat yaitu dengan tidak menjual barang KW (tiruan) ini dibuktikan, dari 30 atau 100% pembeli tidak pernah membeli dan memperoleh produk KW atau tiruan.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa prinsip keadilan telah diterapkan oleh toko Rahmat secara maksimal yang harus dilajutkan dan diterapkan seterusnya sehingga loyalitas peanggan akan meningkat karena mutu dan keaslian barang yang di beli di toko Rahmat terjamin.

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Prinsip kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar, dan tidak adanya batasan pendapat bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannnya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk

memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih prilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan.[47]

Seperti yang firman Allah dalam Q.S an-Nisa ayat 29:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا (٢٩)

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu,sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (29)*

Dari wawancara peneliti dengan pemilik toko Rahmat kalau pemilik toko menyatakan,

"*saya menetapkan harga sesuai dengan harga pasaran"*

Dapat disimpulkan bahwa pemilik toko Rahmat menetapkan harga sesuai dengan harga pasar, jadi tidak akan ada pihak yang dirugikan dan prinsip keadilan sudah diterapkan oleh toko Rahmat. Penetapan harga yang sesuai harga pasar ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan ditoko Rahmat karena dengan pelayanan yang baik pada toko Rahmat tidak akan meningkatkan harga dari barang yang dijual di toko Rahmat.

[47] Muhammad, *Etika Bisnis Islami, (*Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004, h. 56.

Prinsip kebebasan bagi para pelaku bisnis merupakan kebebasan dalam menciptakan mekanisme pasar memang diharuskan dalam islam dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Tidak ada distorsi (proses penzaliman)

Distorsi merupakan praktek penyimpangan atau penzaliman yang dilakukan oleh penjual untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Salah satu bentuk manifestasi dari distorsi yaitu sikap pemilik dan karyawan toko ketika adanya cacat dari barang yang di jual, untuk mengetahui apakah ada distorsi dalam transaksi maka peneliti melakukan wawancara terkait bagaimana tindakan pemilik dan karyawan toko rahmat.

Setelah peneliti melakukan wawancara dengan pemilik toko maka pemilik toko menjawab,

"saya akan menjelaskan kecacatan yang terdapat pada barang yang saya jual agar pelanggan memahami kualitas barang yang ditawarkan dengan harapan pelanggan tertarik untuk membeli barang yang ditawarkan"

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan pembeli mengenai tidak adanya distorsi dalam penjualan di toko Rahmat maka peneliti melakukan wawancara dengan pembeli, dari 30 pembeli yang diwawancarai, 21 atau 70% pembeli mendapat penjelasan tentang cacat dari barang yang di jual, 8 atau 27% pembeli kadang-kadang mendapat penjelasan kadang tidak, 1 atau 3% pembeli

tidak mandapat penjelasan tentang kecacatan barang yang dijual, dari data yang peneliti jelaskan pada paragraf sebelumnya ada seorang pembeli yang tidak dapat penjelasan dari kualitas barang seperti pernyataan oleh Heris,

"saya tidak menerima penjelasan dari produk yang saya beli, karena saya sudah mengetahui bagaimana kulitas produk yang saya beli"

Dari wawancara peneliti dengan pemilik dan penjual toko Rahmat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat distorsi dalam penjualan ditoko rahmat, sehingga pembeli dapat mengetahui bagaimana kualitas barang yang akan mereka beli, dari data yang peneliti jelaskan pada paragraf sebelumnya ada seorang pembeli yang tidak dapat penjelasan dari kualitas barang, seharusnya penjual menelaskan kualitas barang kepada seluruh pembeli.

Tidak adanya distorsi dalam transaksi toko Rahmat menjadikan pembelinya loyal karena mereka mendapatkan penjelasan dari produk yang mereka beli, ini sesuai dengan pernyataan dari pembeli yang bernama ami:

"saya sering berbelanja di toko Rahmat karen karyawan toko memberi tahu saya tentang produk yang saya beli, dan tidak jaran juga mereka memrekomendasikan saya untuk membeli produk lainya"

b. Tidak ada MAGHRIB (*maysir, gharar, riba*)

Adanya MAGRIB sangat dilarang pada teransaksi bisnis dalam islam karena MAGHRIB akan merugikan pihak-pihak yang bertransaksi dalam bisnis. Manifestasi dari MAGHRIB dapat dilihat dari kejelasan produk dan asal modal toko Rahmat, maka peneliti melakukan wawancara dengan pembeli dan pemilik toko Rahmat. Pemilik toko Rahmat menjawab pertanyaan dari peneliti,

"saya tidak pernah meminjam kepada rentenir maupun bank kovensional untuk melakukan pengembangan toko ini, saya mengembangkan toko ini menggunakan keuntungan yang saya peroleh dari penjualan toko ini"

"saya tidak pernah melakukan praktek maysir, gharar dan riba dalam kegiatan penjualan, karena itu akan merugikan pembeli dan mengurangi loyalitas konsumen serta uang yang di dapat tidak akan berkah"

Peneliti juga melakukan wawancara dengan pembeli terkait dengan kejelasan barang yang dijual di toko Rahmat, dari 30 atau 100% pembeli yang diwawancarai, semuanya atau 30 pembeli tidak pernah tertipu dengan barang yang dibeli di toko Rahmat.

Dari wawancara peneliti dengan pemilik dan pembeli toko Rahmat maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat praktek MAGHRIB dari transaksi maupun pengembangan usaha pada toko Rahmat, sehingga loyalitas pelanggan toko menjadi meningkat karena barang yang dijual ditoko jelas kualitas dan kuantitasnya

sehingga pembeli tidak perlu lagi merasa ragu dengan produk yang mereka beli, ini juga dibuktikan dengan pernyataan pembeli yang bernama Revil bahwa,

> "*selama saya berbelanja di toko Rahmat, saya tidak pernah tertipu dengan kualitas barang yang saya beli, sehingga saya sudah percaya dengan produk yang dijual di toko rahmat, saya lebih sering membeli produk kosmetik di toko Rahmat"*

4. Prinsip Tanggung jawab (Resposibility)

Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.[48]

Dalam bidang ekonomi dan bisnis, aksioma ini dijabarkan menjadi suatu pola tertentu. Karena manusia telah menyerahkan suatu tanggung jawab yang tegas untuk memperbaiki kualitas lingkungan dan sosial, maka prilaku konsumsi seseorang tidak sepenuhnya bergantung dengan penghasilanya sendiri, ia juga menyadari tingkat penghasilan dan konsumsi berbagai masyarakat lain. Konsep tanggung jawab dalam islam mempunyai sifat berlapis ganda dan berfokus baik pada tingkat mikro

[48]Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami, (*Semarang: Walisongo Press, 2009), hal 144

maupun makro (organisasi dan sosial), yang keduanya harus dilakukan bersama.[49]

Sesuai dengan firman Allah dalam Q.S al-Mudtastsir ayat 38 dan Q.S Al-isra ayat 36 :

كُلُّ نَفۡسِۭ بِمَا كَسَبَتۡ رَهِينَةٌ (٣٨)

Artinya: *Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya, (38)*

وَلَا تَقۡفُ مَا لَيۡسَ لَكَ بِهِۦ عِلۡمٌۚ إِنَّ ٱلسَّمۡعَ وَٱلۡبَصَرَ وَٱلۡفُؤَادَ كُلُّ أُوْلَٰٓئِكَ كَانَ عَنۡهُ مَسۡـُٔولٗا (٣٦)

Artinya: *Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggunganjawabnya. (36)*

Untuk mengetahui penerapan prinsip tanggung jawab pada toko Rahmat maka peneliti melakukan wawancara dengan pemilik toko Rahmat terkait dengan penerapan prinsip tanggung jawab, yang manifestsinya dapat dilihat pada saat ada pembeli yang ingin menukarkan barang karena ada cacat dari barang tersebut, berikut jawaban dari pemilik toko ketika ada pembeli yang mengembalikan barang yang cacat,

"saya tidak pernah menolak untuk mengganti barang yang telah di beli oleh pembeli jika terdapat kecacatan yang tidak dijelaskan oleh saya maupun karyawan tetapi jika cacat barang tersebut disebabkan pembeli maka saya tidak mau menggantinya "

[49] Adiwarman A.kariem, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007), hal 23

Untuk mengetahui lebih lanjut peneliti juga mewawancarai pembeli toko Rahmat. Dari 30 pembeli yang diwawancarai 16 atau 53% pembeli, barang yang ditukarkannya diterima oleh toko Rahmat dan pemilik toko meminta maaf atas kesalahan itu, 9 atau 30% pembeli yang menukarkan barang yang cacat diterima penjual dan menukarnya dengan yang baru tetapi penjual menunjukkan ekspresi tidak senang, 5 atau 17% pembeli yang menukarkan barang yang cacat tidak diterima oleh penjual.

Ada pembeli yang barangnya cacat tapi pemilik toko tidak mau mengganti, seperti pernyataan dari Afni yaitu:

"saat saya menukarkan produk kosmetik yaitu bedak, penjual tidak mau menggantinya karena cacat nya barang itu akibat kesalahan saya saat menempatkan barang tersebut, saya meletakkanya di tempat yang panas, sehingga produk kosmetik yang saya beli itu rusak"

Dari wawancara peneliti dengan pemilik dan pembeli dapat disimpulkan bahwa prinsip tanggung jawab sudah diterapkan oleh pemilik dan karyawan toko rahmat, sehingga penerapan prinsip tanggung jawab dapat meningkatkan loyalitas pelanggan karena pembeli akan merasa aman ketika membeli barang di toko Rahmat karena jika terdapat cacat dari barang yang di beli dapat ditukarkan kembali.

5. Prinsip Kebenaran (kebaikan dan kejujuran)

Kejujuran adalah suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan bisnis yang baik dan berjangka panjang, kejujuran termasuk prasyarat keadilan dalam

hubungan kerja dan berkaitan dengan kepercayaan. Kepercayaan juga merupakan asset yang sangat berharga dalam berbisnis.

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan. Kebenaran merupakan nilai yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran islam, dalam bisnis kebenaran dimaksud sebagai niat, sikap dan prilaku benar yang meliputi proses akad dalam transaksi, proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

Untuk mengetahui penerapan kejujuran salah satu manifestasi dari penerapan kejujuran yaitu penjelasan kualitas dari produk yang dijual, peneliti melakukan wawancara dengan pembeli, dari 30 pembeli yang diwawancarai, 18 atau 60% dari pembeli mendapat penjelasan tentang kualitas barang, 8 atau 27% pembeli kadang mendapat penjelasan dan kadang tidak mendapat penjelasan, 4 atau 13% pembeli tidak pernah dapat penjelasan tentang barang yang dibelinya.

Kebaikan adalah sikap ihsan (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah, dan berbuat baik seakan-akan melihat

Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita perbuat.[50]

Ihsan merupakan tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, keihsanan adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik disisi Allah. Kedermawanan hati (*leniency*) dapat terkait dengan keihsanan. Jika diekspresikan dalam bentuk prilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan yang dialami orang lain. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan dan diperintahkan oleh Allah yang disampaikan dalam Q.S al-Baqarah ayat 195:

وَأَنفِقُواْ فِى سَبِيلِ ٱللَّهِ وَلَا تُلْقُواْ بِأَيْدِيكُمْ إِلَى ٱلتَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوٓاْ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُحْسِنِينَ (١٩٥)

Artinya: *Dan belanjakanlah harta bendamu di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik. (195)*

Ada beberapa perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis yaitu :

a. Kemurahan hati (*leniency*).
b. Motif pelayanan (*Service Motive*).
c. Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi proritas.[51]

[50] Muhammad Djafar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press,2007), hal 147

Untuk mengetahui penerapan prinsip kebaikan pada toko Rahmat ,maka peneliti melakukan wawancara dengan pembeli toko Rahmat tentang bagaimana sikap penjual saat pembeli membanding-bandingkan harga dengan toko lain, dari 30 pembeli yang diwawancarai, 15 atau 50% melihat sikap ramah dari penjual pada saat pembeli membanding bandingkan harga, 12 atau 40% pembeli tidak ditanggapi oleh penjual saat pembeli membandingkan harga dengan toko lain, 3 atau 10% pembeli menerima sikap tidak senang dari penjual saat pembeli membanding bandingkan harga dengan toko lain.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa prinsip kebenaran (kebaikan dan kejujuran) telah diterapkan pada toko Rahmat, dengan diterapkannya prinsip tersebut dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, karena pelanggan akan merasa nyaman dengan pelayanan yang ramah dari penjual dan mendapat penjelasan tentang produk yang akan dibeli.

Dari seluruh pembahasan yang telah penulis buat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yang ditandai dengan terlaksananya seluruh prinsip yang terdapat dalam etika bisnis Islam. Peningkatan loyalitas pelanggan ini dibuktikan dari 30 pembeli yang peneliti wawancarai 22 atau 73% pembeli ingin melakukan pembelian ulang ditoko Rahmat.

---

[51] Erly Juliyani,"*Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam*", jurnal ilmiah institut pesantren sunan drajat (INSUD). Vol. 7 No. 1, 2016, hal. 69.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di toko Rahmat Pasar Atas Bukittinggi maka dapat ditarik kesimpulan bahwa etika bisnis islam sudah diterapkan di toko Rahmat yeng dibuktikan dengan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, prinsip keadilan, prinsip kehendak babas, prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran.

Dengan diterapkannya seluruh prinsip-prinsip etika bisnis Islam di toko Rahmat dapat memenuhi standar pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan toko Rahmat Pasar Atas Bukittinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang dijelaskan di atas maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pemilik toko Rahmat Pasar Atas Bukittinggi diharapkan agar meningkatkan konsistensi dalam menerapkan etika bisnis Islam dan berpegang teguh kepada syariat Islam, karena dengan adanya nilai-nilai Islam dalam berdagang akan mempermudah kita untuk mencapai kemaslahatan untuk diri sendiri maupun orang lain.
2. Sebaiknya pemilik toko Rahmat Pasar Atas Bukittinggi dapat menerapkan etika bisnis Islam dengan maksimal, karena dengan

diterapkannya etika bisnis Islam akan mempermudah kita memperoleh keberkahan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullillah, Yatimin. 2007. Studi Akhlak dalam Prespektif al Qur'an, Jakarta: Amzah.

Anoraga, Panji. 2011. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta.

Arijanto, Agus. 2014. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers.

Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press.

Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Islam,* Bandung : Alfabeta.

A.S, Asmaran. 1992. Pengantar Studi Akhlak, Jakarta: Rajawali Pers.

A.Kariem, Adiwarman. 2007. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Badroen, Faisal. 2007. Etika Bisnis Dalam Islam, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Budiarta, Kustoro. 2009. *Pengantar Bisnis,* Jakarta: Mitra Wacana Media.

Departemen Agama RI,*Al-Qur'an dan terjrmahanya*. 2012. Jakarta: P.T Insan Media Pustaka.

Djakfar, Muhammad. 2009. *Anatomi Prilaku Bisnis, Dialektika Etika Dengan Realita*, Cet ke-1, Malang: UIN-Malang Press.

Fauzia,Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Kencana: Jakarta.

Gunawan, Adi. 2003. *Kamus Cerdas Bahasa Indonesia*, Surabaya: Kartika.

Haidir, Abdullah. 2009. *Sejarah Hidup Dan Perjuangan Hidup Rasulullah*, Surabaya: Pustaka Elba.

Hasan, Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Syri'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

http://rnapsikologipelayanan.blogspot.com/2016/09/materi-psikologi-pelayanan.html(diakses pada 1 juli 2017, pukul 21.59)

Juliyani, Erly. 2016. *Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam*. jurnal ilmiah institut pesantren sunan drajat (INSUD). Vol. 7 No. 1.

Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara.

Keraf, Gorys. 2001. *Komposisi*, Jakarta: Nusa Indah.

Mardani. 2011. *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers.

Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Yogyakarta: YKPN.

Muslich. 1998. *Etika Bisnis Pendekatan Substantif Dan Fungsional*, Yogyakarta: Ekonisia.

Nitisusastro, Mulyadi. 2009. *Kewirausahaan Dan Menajemen Usaha Kecil*, Bandung: alfabeta.

Subandi, Bambang. 2000. *Bisnis Sebagai Strategi Islam*, Surabaya: Paramedia.

Sudarsono. 1993. *Etika Bisnis Islam Tentang Kenakalan Remaja* cet ke-3, Jakarta: PT. Rieneke Cipta.

Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.

Sutarno. 2012. *Serba-Serbi Menajemen Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yusanti, Ismail. 2007. *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press.