

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bisnis berkembang sangat pesat. Tehnologi menjadi sahabat sejati dalam proses manajemen bisnis. Menjadi impian bisa menjalankan bisnis dengan disertai menjalankan dan menanamkan syariah dalam prosesnya. Karena era digital membuat manusia berfikir secara instan dan hanya ingin hasilnya tanpa peduli dengan prosesnya. Menjadikan syariah sebagai pondasi dalam manajemen bisnis bukanlah pekerjaan yang mudah. Keimanan dan kesabaran harus menjadi perisai dalam menjalankan bisnis. Kesuksesan dalam aktifitas berbisnis mungkin akan didapatkan, akan tetapi bila manajemen bisnis tidak didasari dengan syariah maka keberkahan selamanya tidak akan pernah didapatkan.

Bisnis syariah merupakan praktik bisnis yang dalam pelaksanaan operasional kegiatannya tidak boleh semata-mata mencari laba maksimal, dengan arti bahwa keuntungan yang diperoleh harus proporsional dengan tidak memberikan kerugian kepada orang lain. Peranan etika dalam bisnis syariah sangatlah penting sebagai pagar agar pebisnis syariah tidak terjerumus pada keserakahan. Bisnis islam merupakan usaha yang dilakukan dengan menguatkan niat dan tekad dalam merubah sesuatu yang pada mulanya tidak dapat menghasilkan sesuatu berharga sehingga menjadi barang yang bernilai dan akan dapat mendatangkan kesuksesan jika

dilaksanakan dengan baik dan benar (*halalan thoyyibah*).² Bisnis islam dilaksanakan dengan memperhatikan atau melihat dan mengetahui semua bentuk larangan-larangan yang diharamkan oleh syariat agama islam dan menjalankannya sesuai dalam prinsip syariah yang ada dengan maksud mengharapkan keberkahan dan keridhloan dari Allah SWT sebagai sang pencipta yang mengatur segalanya.

Manajemen syariah adalah cara berfikir, merencanakan, mengorganisir, memimpin dan mengendalikan yang terintegrasi untuk membuat sebuah keputusan yang melibatkan penggunaan sumberdaya manusia, keuangan, informasi dan fisik, dengan tujuan mencapai maqhasid al-syariah, dengan cara yang efektif dan efisien. Adapun tujuan dari manajemen sendiri adalah untuk membangun sebuah peradaban yang berdasarkan kepada nilai-nilai etika tauhid. Manajemen dengan memperhatikan prinsip-prinsip syariah harus bisa dipastikan penghapusan kejahatan dan ketidakadilan (*al-fasad*) dalam rangka untuk menetapkan keadilan (*'adl*). Tujuan utama dari manajemen syariah sendiri adalah untuk tercapainya kebahagiaan (*al-falah*) dan keberkahan bagi siapapun.³

Sebagai sebuah ajaran hidup yang lengkap, islam memberikan petunjuk atau arahan atas semua aktivitas yang dilakukan oleh manusia termasuk aktivitas kegiatan ekonomi. Menurut Huda yang telah dikutip dari buku karya Fakhry Zamzam dan Havis Arravik tujuan dari ekonomi islam tidak

² Fakhry Zamzam dan Havis Arravik, "*Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*", (Sleman: CV Budi Utama, 2020), hal. 6

³ *Ibid*, hal. 7

terlepas dari tujuan diturunkannya syariat islam yaitu untuk tercapainya falah (kesejahteraan/keselamatan) baik di dunia maupun di akhirat.⁴ Menurut Iqbal dan Murakhor dalam buku karya dari Fakhry Zamzam dan Havis Arravik Islam juga menunjukkan manusia kearah aksi dan partisipasi individual langsung dan bertanggungjawab dalam masalah ekonomi melalui cara solidaritas dan kerja sama yang akan menghasilkan dinamika dan pertumbuhan ekonomi.⁵ Menurut Bambang Subandi dalam buku karya dari Fakhry Zamzam dan Havis Arravik Selain menetapkan etika bisnis, islam mendorong umat manusia untuk mengembangkan bisnisnya.⁶ Dalam kaitannya dengan pandangan islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus kita bangun dalam pribadi muslim adalah menjaga hubungan antara manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta menjaga hubungan antara manusia dengan tuhan, yang dalam Bahasa arabnya dikenal dengan istilah (*hablum minallah wa hablumminannas*). Berbisnis dengan berlandaskan pada landasan (*hablum minallah wa hablumminannas*) maka setiap muslim yang melakukan bisnis atau aktivitas apapun akan merasa ada dalam pengawasan dari Allah SWT di setiap aspek kehidupannya. Keyakinan ini harus menjadi integral bagi setiap muslim yang menjalankan sebuah bisnis. Hal tersebut dikarenakan bisnis dalam islam tidaklah semata-mata orientasi dunia namun harus punya tujuan akhirat yang jelas. Menurut Marzuqi dan Latif dalam buku karya dari Fakhry

⁴*Ibid*, hal.6

⁵ *Ibid*. hal. 7

⁶ *Ibid*. hal. 9

Zamzam dan Havis Arravik Dengan kerangka pemikiran seperti itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan paling dalam ekonomi islam.⁷

Dalam ekonomi islam, etika dan bisnis tidak dapat dipandang sebagai dua hal yang saling bertentangan, dikarenakan bisnis merupakan simbol dari urusan duniawi namun disamping itu bisnis juga bisa dijadikan sebagai investasi di akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis tersebut digunakan sebagai investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Allah SWT), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Dalam islam pun telah dijelaskan bahwa pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi hanya sebatas urusan dunia saja, namun juga mencakup atas seluruh kegiatan yang dilakukan di dunia yang “dibisniskan” (diniatkan sebagai bentuk ibadah) dalam upaya untuk meraih keuntungan atau pahala di akhirat.⁸

Bisnis diterapkan sesuai dengan syariat dan hukum islam sangatlah dianjurkan dalam upaya mencapai keadilan bagi semua pihak, tidak ada yang merasa dirugikan dan saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Seperti halnya yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dan para sahabat nabi dalam karir bisnisnya. Nabi Muhammad SAW telah melakukan transaksi-transaksi

⁷ *Ibid*, hal.9

⁸ *Ibid*. hal. 9-11

perdagangannya secara jujur adil tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh dan kecewa. Beliau selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangan dengan standar kualitas sesuai permintaan pelanggan. Reputasinya sebagai pebisnis yang benar-benar jujur telah tertanam dengan baik sejak Rasulullah masih muda. Beliau selalu memperlihatkan rasa tanggung jawabnya terhadap setiap transaksi yang dilakukan-Nya. Tidak hanya itu, Nabi Muhammad SAW juga meletakkan prinsip-prinsip dasar dalam melakukan transaksi dagang secara adil. Kejujuran dan keterbukaan Nabi Muhammad dalam melakukan transaksi perdagangan merupakan teladan abadi bagi para pebisnis generasi selanjutnya. Nabi pernah bersabda yang menjadi kaidah yang sangat berharga bagi para pekerja keras dalam berbisnis yang menjunjung tinggi kejujuran.

“Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya termasuk dalam golongan para nabi, orang-orang yang benar-benar tulus dan para syuhada” (HR. tirmidzi, Darimi, dan Daraqutni)⁹

“Allah memberikan rahmat-Nya kepada setiap orang yang bersikap baik ketika menjual, membeli, dan membuat suatu pernyataan.” (HR. Bukhari).¹⁰

Sebelum ilmuan dunia mengangkat prinsip manajemen sebagai suatu disiplin ilmu, Nabi Muhammad SAW sudah

⁹ Muhammad Isa bin Surah At Tirmidzi, *Terjemah Sunan At-Tirmidzi*, Terj. Mohammad Zuhri, dkk (Semarang : CV. As-Syifa’, 1992), hal. 209

¹⁰ Muhammad Fu’ad Abdul Baqi, *Shahih Bukhari-Muslim*, Terj. Muhammad Ahsan bin Usman (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2017), hal. 47

mengimplementasikan nilai-nilai manajemen dalam kehidupan dan praktik bisnisnya. Beliau dengan sangat baik mengelola proses, transaksi, dan hubungan bisnis dengan seluruh elemen bisnis serta pihak yang terlibat di dalamnya. Gambaran beliau dalam mengelola bisnisnya diungkapkan oleh Prof. Afzalul Rahman dalam buku *Muhammad A Trader* :”*Muhammad did his dealing honestly and fairly and never gave his customers to complain. He always kept his promise and delivered on time the goods of quality mutually agreed between the parties. He always showed a great sense of responsibility and integrity in dealing with other people*”. Bahkan dia mengatakan: “*His reputation as an honest and truthful trader was well established while he was still in his early youth*”. Berdasarkan tulisan Afzalurrahman di atas, dapat kita pahami bahwa Nabi Muhammad adalah seorang pedagang yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian sebuah bisnis.¹¹ Beliau tidak pernah membuat para pelanggannya komplain. Dia selalu menjaga janjinya dan menyerahkan barang pesanan dengan tepat waktu. Beliau senantiasa selalu menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi dan integritas yang tinggi dengan siapapun. Reputasinya sebagai seorang pedagang yang jujur dan benar telah dikenal luas sejak beliau masih berusia muda.

¹¹ Muhammad, *Pengantar Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: UPPSTIM YKPN, 2019), hal. 73

Dasar-dasar etika manajemen bisnis tersebut, telah mendapat legitimasi keagamaan setelah beliau diangkat menjadi Nabi. Prinsip-prinsip etika bisnis yang diwariskan semakin mendapat pembenaran akademis di penghujung abad ke-20 atau awal abad ke-21. Prinsip bisnis modern, seperti tujuan pelanggan dan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*), pelayanan yang unggul (*service excellence*), kompetensi efisiensi, transparansi, persaingan yang sehat dan kompetitif, semuanya telah menjadi gambaran pribadi, dan etika bisnis Muhammad SAW ketika ia masih muda.

Pada zamannya, ia menjadi pelopor perdagangan berdasarkan prinsip kejujuran, transaksi bisnis yang fair, dan sehat. ia tidak segan-segan meng sosialisasikannya dalam bentuk edukasi langsung dan statement yang tegas kepada para pedagang. Pada saat beliau menjadi kepala negara, *law enforcement* benar-benar ditegakkan kepada para pelaku bisnis nakal. Beliau pula yang memperkenalkan asas "*Facta Sur Servanda*" yang kita kenal sebagai asas utama dalam hukum perdata dan perjanjian. Di tangan para pihaklah terdapat kekuasaan tertinggi untuk melakukan transaksi, yang dibangun atas dasar saling setuju "sesungguhnya transaksi jual beli itu (wajib) didasarkan atas saling setuju (*ridla*)".¹²

Seperti yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW tentang berbisnis tentunya kita sebagai umat Nabi Muhammad harus

¹² Muhammad, *Pengantar Bisnis Syariah...*, hal. 74-75

mengikuti tauladan beliau. Keteladanan dalam melakukan bisnis dengan beretika baik. Etika dalam berbisnis merupakan hal yang paling utama dalam kesuksesan bisnis tersebut. Jika dalam berbisnis kita bisa menerapkan etika-etika bisnis islam maka bisnis yang kita jalankan akan bermanfaat kepada semua pihak dan yang paling utama adalah keberkahan, keberkahan akan membuat bisnis yang kita jalankan akan terus bisa bertahan dan hasilnya pun akan berkah kepada kita sendiri yang merasakan. Dan jika berbisnis tidak menerapkan etika-etika dalam islam maka bisnis tersebut akan tidak bertahan lama dan tidak berkah terhadap hidup kita dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Dalam melakukan penelitian saya memilih tempat penelitian di zakaria collection UD. Dinda Botoran Tulungagung dengan alasan karena zakaria collection berada diantara banyak deretan toko yang menjual dengan barang yang hampir sama, namun zakaria collection terlihat lebih unggul, lebih banyak pengunjungnya dan selain itu zakaria collection tidak hanya terdapat pada satu toko tetapi ada tiga toko dan disetiap toko di isi dengan berbagai koleksi yang menarik. Sehingga dengan alasan tersebut saya lebih memilih zakaria collection sebagai tempat penelitian saya.

Dari latar belakang masalah yang telah saya paparkan diatas saya tertarik untuk mengangkat sebuah judul yaitu **“Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan**

(Studi Kasus Zakaria Collection UD. Dinda Botoran Tulungagung)”

dengan alasan penerapan etika bisnis akan meningkatkan nilai serta kualitas kegiatan bisnis itu sendiri. Dengan adanya tingkat persaingan yang semakin tinggi ditambah dengan konsumen yang semakin kritis, maka menjaga kepuasan dan kepercayaan konsumen akan menjadi sangat penting. Dengan adanya kepercayaan inilah akan menyebabkan perusahaan berkembang dan terus berkelanjutan. Bisnis yang menerapkan etika akan meningkatkan motivasi para pekerja, karena bekerja selain dituntut menghasilkan yang terbaik, juga diperoleh dengan cara yang baik pula, dan secara otomatis implementasi etika akan mampu mendorong kualitas bisnis secara umum. Pengamalan etika bisnis juga akan melindungi prinsip kebebasan dalam berusaha dan meningkatkan keunggulan dalam bersaing. Selain itu etika bisnis juga mencegah terkena sanksi-sanksi pemerintah karena melanggar etika yang dapat digolongkan sebagai salah satu kegiatan yang melawan hukum. Tanpa adanya etika bisnis maka perusahaan akan lepas kendali, menggunakan segala cara, mengurbarkan apa saja demi mencapai tujuan dalam bisnis. Dan adapun tujuannya adalah untuk bisa melihat langsung penerapan etika bisnis pada Zakaria Collection UD Dinda, bagaimana etika-etika dalam berbisnis pada Zakaria Collection UD Dinda sehingga menjadikan bisnis tersebut berkembang dengan baik, selain itu agar bisa memotivasi usaha atau bisnis lain dalam berbisnis sesuai dengan syariat islam.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana konsep etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan di Zakaria Collection UD. Dinda Botoran Tulungagung?
2. Bagaimana langkah-langkah penerapan etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan di Zakaria Collection UD. Dinda Botoran Tulungagung?
3. Bagaimana evaluasi penerapan etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan di Zakaria Collection UD. Dinda Botoran Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang dipaparkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengembangkan pengetahuan tentang konsep etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan di Zakaria Collection UD. Dinda Botoran Tulungagung.
2. Untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah penerapan etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan di Zakaria Collection UD. Dinda Botoran Tulungagung.
3. Untuk mengetahui bagaimana evaluasi penerapan etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan di Zakaria Collection UD. Dinda Botoran Tulungagung.

D. Pembatasan Masalah

Peneliti memberikan batasan pada ruang lingkup penelitian yang berkaitan dengan etika bisnis islam di Zakaria Collection UD. Dinda Botoran Tulungagung. Lokasi penelitian ini adalah di Desa Botoran Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis : hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam menerapkan etika bisnis islam dengan tujuan untuk memuaskan pelanggan dan menjadikan loyalitas pelanggan.
2. Secara praktis :
 - a. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam : diharapkan dapat menyumbang pemikiran dalam penerapan etika bisnis islam terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
 - b. Bagi lembaga : hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengetahuan serta acuan dalam menerapkan etika bisnis islam dalam usahanya.
 - c. Bagi mahasiswa : dapat menambah wawasan serta dapat diterapkan ketika sudah memulai sebuah usaha atau bisnis.

F. Penegasan Istilah

1. Penegasan Istilah

a. Bisnis islam

Definisi umum dari istilah bisnis atau perusahaan adalah suatu entitas ekonomi yang diselenggarakan dengan tujuan bersifat ekonomi dan sosial. Tercapainya tujuan ekonomi dan social dari kegiatan bisnis, secara ideal perlu didukung oleh semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung berjasa dalam meraih keuntungan bisnis secara layak. Hal ini muncul dengan alasan bahwa keuntungan yang diperoleh bisnis, secara logis disebabkan karena jasa pihak lain terkait.¹³

b. Etika bisnis islam

Etika bisnis merupakan aturan-aturan main yang berhubungan erat dengan norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku didalam masyarakat yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pihak-pihak yang melakukan aktivitas bisnis yang di dalamnya terdapat aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta.¹⁴

c. Pelanggan

¹³ *Ibid*, hal. 37

¹⁴ Fakhry Zamzam, Havis Arravik, "*Etika Bisnis Islam ...*", hal. 4

Pelanggan adalah seseorang yang melakukan pembelian suatu produk dan melakukan interaksi pada periode waktu tertentu untuk memenuhi kebutuhannya.¹⁵

d. Kepuasan pelanggan

Dalam bukunya Meithiana Indrasari yang dikutip dari Naik dkk, Kepuasan konsumen merupakan sebuah asset terpenting perusahaan karena kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang besar terhadap berkembangnya sebuah bisnis.¹⁶

e. Loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang secara terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.¹⁷

¹⁵ Candrianti, "*Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*", (Malang: Literasi Nusantara, 2018), hal. 1

¹⁶ Meithiana Indrasari, "*Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*", (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal. 84

¹⁷ Lili Suryati, "*Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*", (Yogyakarta: CV BUDIUTAMA, 2015), hal. 23

2. Penegasan Operasional

Penelitian ini dilakukan untuk menelaah konsep etika bisnis islam, langkah-langkah penerapan etika bisnis islam dan evaluasi penerapan etika bisnis islam guna meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan Zakaria Collection UD. Dinda Botoran Tulungagung.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan bagaimana isi penulisan dalam penelitian ini penyusun menguraikan secara singkat dan jelas sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Terdiri atas halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, moto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian ini terdiri atas enam bab yaitu:

- a. Bab I: Pendahuluan, pada bab ini penulis membahas tentang latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

- b. Bab II: pada bab II terdapat kajian pustaka yang akan membahas seluruh kajian tentang konsep-konsep yang mendasari masalah yang dikaji, dan hasil penelitian terdahulu.
- c. Bab III: pada bab ini terdapat metode penelitian yang akan membahas dan mencangkup beberapa subbab yaitu, pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumberdata, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.
- d. Bab IV: pada bab IV membahas hasil penelitian, di dalam bab ini berisi tentang uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data.
- e. Bab V: pembahasan, berisi tentang hasil penelitian yang berorientasi untuk menjawab masalah penelitian, menafsirkan temuan-temuan penelitian, mengintegrasikan temuan penelitian ke dalam temuan-temuan penelitian, mencocokkan hasil temuan dengan teori-teori yang telah dibahas, dan menjelaskan implikasi dari penelitian.
- f. Bab VI: penutup, terdiri atas kesimpulan dan saran

3. Bagian akhir terdiri atas daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, surat izin melakukan penelitian, instrument penelitian dan daftar riwayat hidup.¹⁸

¹⁸ Tim Penyusun Buku Pedoman Skripsi IAIN Tulungagung, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, (Tulungagung : IAIN Press, 2018), hal. 16