

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Etika Bisnis Islam Dalam Menumbuhkan Kepuasan Pelanggan Pada Pedagang Di Pasar Ngemplak Tulungagung” yang ditulis oleh Antri Arta, NIM. 1880508220028 dengan Pembimbing I. Dr. H. Mashudi, M.Pd.I. dan Pembimbing II, Dr. Muhamad Aswad, M.A.

Bisnis merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia. Dalam Islam, bisnis tidak hanya dilihat sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah. Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnis, seorang Muslim harus berpegang teguh pada etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai dan norma yang mengatur perilaku pengusaha dan pedagang dalam menjalankan bisnisnya. Etika bisnis Islam ini bersumber dari Al-Qur'an, Hadits, dan ijtihad para ulama.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis etika bisnis Islam yang dilakukan pedagang berupa ketauhidan dan religiulitas, kejujuran, transparansi, keadilan, keramahan dan kesopanan dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan di di Pasar Ngemplak Tulungagung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi dan wawancara langsung dengan informan yaitu pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung. Data yang terkumpul akan dianalisis dengan model analisis interaktif Miles dan Huberman melalui tiga tahap, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Ketauhidan dan religiulitas pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan di Pasar Ngemplak Tulungagung yaitu berdoa sebelum memulai aktivitas jual beli dan menjalankan syariat Islam dalam kesehariannya, seperti ibadah shalat, membayar zakat dan sedekah serta menghindari riba. 2) Kejujuran pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan di Pasar Ngemplak Tulungagung yaitu dengan cara menunjukkan perilaku tidak menipu pembeli dengan menjual produk cacat atau rusak serta selalu menepati janji dengan pelanggannya. 3) Transparansi pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan di Pasar Ngemplak Tulungagung yaitu dengan cara selalu berusaha memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk yang dijual kepada pembeli. 4) Keadilan pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan di Pasar Ngemplak Tulungagung yaitu dengan cara tidak membedakan pembeli dan tidak menentukan harga yang berlebihan untuk produk mereka. 5) Keramahan dan kesopanan dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan di Pasar Ngemplak Tulungagung yaitu dengan cara melayani pembeli dengan sabar dan penuh perhatian dan menawarkan bantuan kepada pembeli yang membutuhkan yang bertujuan untuk membuat pengalaman pembeli dalam berbelanja lebih menyenangkan.

Kata Kunci: Etika, Bisnis Islam, Pedagang dan Pasar Tradisional

ABSTRACT

Thesis entitled "Islamic Business Ethics in Growing Customer Satisfaction in Traders at Ngemplak Tulungagung Market" written by Antri Arta, NIM. 1880508220028 with Supervisor I. Dr. H. Mashudi, M.Pd.I. and Supervisor II, Dr. Muhamad Aswad, M.A.

Business is one of the important aspects of human life. In Islam, business is not only seen as an economic activity, but also as a part of worship. Therefore, in conducting business, a Muslim must adhere to Islamic business ethics. Islamic business ethics is a set of values and norms that govern the behavior of entrepreneurs and traders in conducting their business. This Islamic business ethic is derived from the Qur'an, Hadith, and ijihad of scholars.

The purpose of this study is to analyze Islamic business ethics carried out by traders in the form of monotheism and religiosity, honesty, transparency, fairness, friendliness and politeness in fostering customer satisfaction in Ngemplak Tulungagung Market. This research uses a qualitative approach with a type of case study research. The data in this study was obtained from observation, documentation and direct interviews with informants, namely traders in Tulungagung Ngemplak Market. The collected data will be analyzed with Miles and Huberman's interactive analysis model through three stages, namely data condensation, data presentation, and conclusions.

The results of this study show that: 1) Tawhidism and religiosity of traders in fostering customer satisfaction in Pasar Ngemplak Tulungagung, namely praying before starting buying and selling activities and carrying out Islamic sharia in their daily lives, such as praying, paying zakat and alms and avoiding usury. 2) Honesty of traders in growing customer satisfaction in Ngemplak Tulungagung Market, namely by showing behavior not deceiving buyers by selling defective or damaged products and always keeping promises with their customers. 3) Transparency of traders in fostering customer satisfaction in Pasar Ngemplak Tulungagung, namely by always trying to provide clear and complete information about the products sold to buyers. 4) Fairness of traders in fostering customer satisfaction in Pasar Ngemplak Tulungagung, namely by not discriminating buyers and not determining excessive prices for their products. 5) Friendliness and courtesy in fostering customer satisfaction in Pasar Ngemplak Tulungagung, namely by serving buyers patiently and attentively and offering assistance to buyers in need which aims to make the buyer's experience in shopping more enjoyable.

Keywords: *Ethics, Islamic Business, Traders and Traditional Markets*