

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Bisnis merupakan aktivitas yang selalu ada disekitar kehidupan manusia, dalam kehidupan sehari-hari bisnis sangatlah bermanfaat bagi kehidupan masyarakat karena pada dasarnya, hakikat bisnis adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia, organisasi ataupun masyarakat luas. Pada perkembangan zaman yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang semakin pesat sehingga menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi pelaku bisnis bisa menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis atau perdagangan merupakan proses tukar menukar barang dan jasa atau keduanya yang didasarkan atas kehendak suka rela (kesepakatan) dari masing-masing pihak dan bukan pemaksaan, sehingga keberadaan bisnis bisa saling menguntungkan bukan keberuntungan sepihak. Sebagai firman Allah SWT QS. An-Nisa [4]: 29¹ yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Sebagaimana menurut Hafizah dalam Fakhry & Havis Aravik menjelaskan kegiatan bisnis adalah kegiatan yang menyangkut manusia, berhubungan dengan manusia yang mempunyai perasaan. Ini berarti norma atau nilai yang berlaku baik atau dianggap baik di masyarakat, mau tidak mau juga harus dibawa ikut dalam kegiatan dan kehidupan bisnis seseorang.

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Jumanatul 'Ali-Art 2004), hlm.83

Islam memberikan petunjuk atas semua aktivitas manusia termasuk ekonomi. Tujuan ekonomi Islam tidak terlepas dari tujuan diturunkannya syariat Islam untuk mencapai falah (kesejahteraan/keselamatan) baik di dunia maupun di akhirat.²

Kegiatan bisnis merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk mencapai kesejahteraan, untuk mencapai itu semua dibutuhkan konsep dan manajemen, manajemen merupakan sebuah konseptual yang dijalankan manusia dengan cara melakukan perencanaan sampai kepada pengawasan dengan tujuan agar kegiatan yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif dan efisien kemudian dalam menjalankan bisnis Islam tidak membeda-bedakan kolega, kemudian juga tidak membeda-bedakan antara satu konsumen dan konsumen lainnya dalam memberikan layanan.³

Aktivitas bisnis selalu memiliki hubungan dengan etika dan karena itu pula bisnis tidak bisa dilepaskan dari sosial dan budaya masyarakat dimana etika itu dipraktikan. Sebagaimana halnya aspek-aspek lain dalam kehidupan manusia yang melibatkan etika, ekonomi dan bisnis pun selalu dikaitkan dengan etika sehingga muncullah apa yang disebut dengan etika bisnis dan bisnis yang etis. Etika merupakan cabang ilmu filsafat yang menelaah dan meneliti tingkah laku manusia, tingkah laku ini sangat berpengaruh apabila harus berinteraksi dengan manusia lain apabila yang memiliki budaya berbeda. Kata etika menurut William Beton, 1972 berasal dari bahasa Yunani yaitu "*ethos*" yang berarti karakter yang mempelajari konsep-konsep baik buruk, benar salah yang membenarkan seseorang untuk bertindak dimana penerapannya berdasar pada filsafat Moral atau Mores yang berarti adat istiadat.

Etika adalah perbuatan dan perkataan yang dilakukan secara sadar (*implisit*) merupakan ilmu yang membahas tentang tingkah laku manusia. Ahmad Amin mengatakan sebagai ilmu yang menjelaskan baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dan apa yang seharusnya diperbuat.⁴

Tujuan dari adanya etika bisnis Islam bagian dari upaya atau aturan yang dijalankan seseorang agar tidak keluar dari syariat Islam. Bisnis merupakan aktivitas yang langsung berhubungan dengan manusia bisnis juga bagian dari usaha manusia untuk mencapai

² Fakhry & Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), hlm. 1-3.

³ Iwan Aprianto, dkk, *Etika & konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), hlm. 1-2.

⁴ Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021), hlm. 11.

kesejahteraan, kebahagiaan dunia dan akhirat namun yang menjadi dilema saat ini adalah munculnya masalah seseorang menjalankan bisnis tidak sesuai dengan syariat Islam demi mencari kesejahteraan dan kebahagiaan. Allah SWT berfirman QS Al-Maida: 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakan (kebenaran) karena Allah SWT menjadi saksi dengan adil dan jangan lah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum membuatmu berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah SWT, sesungguhnya Allah SWT maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Berdasarkan penjelasan dari tafsir Al-Qur’an Kementerian Agama (Kemenag), ayat di atas merupakan perintah Allah SWT kepada orang mukmin agar melaksanakan segala urusan dengan cermat, jujur, dan ikhlas. Baik untuk urusan duniawi maupun urusan agama.⁵

Islam membolehkan seseorang untuk berbisnis seperti jual-beli. Namun, bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah Allah SWT di dunia maupun di akhirat. Etika bisnis menjamin, baik pembisnis dan konsumen masing-masing akan mendapatkan keuntungan, karena Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginan dengan cara menghalalkan segala cara seperti melakukan kecurangan, sumpah palsu, menyuap, riba, berbohong, tidak jujur, dan perbuatan bathil lainnya. Jual-beli yaitu aktifitas ekonomi yang hukumnya boleh berdasarkan kitabullah dan sunnah rasul-Nya serta ijma’ dari seluruh umat Islam. Allah SWT berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat {2}: 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ

“Dan Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”. Sedangkan dari sunnah nabawiyah, Rasulullah SAW bersabda:

إِذَا تَبَايَعَ الرَّجُلَانِ فَكُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَّفِقَا وَكَانَا جَمِيعًا أَوْ يُخَيَّرُ أَحَدُهُمَا لِأَخْرَافَانِ خَيْرٌ أَحَدُهُمَا لِأَخْرَفَتَايَا عَلَىٰ ذَلِكَ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ وَإِنْ تَفَرَّقَا بَعْدَ أَنْ تَبَايَعَا وَلَمْ يَثْرَاكَ وَاحِدٌ مِنْهُمَا لِالْبَيْعِ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ

⁵ Iwan Aprianto, dkk, Etika & konsep Manajemen Bisnis Islam, hlm. 2.

“Dari Ibnu Umar radhiyallahuanhu. Bahwa Rosulullah SAW bersabda: “Apabila dua orang melakukan jual beli, maka masing-masing orang mempunyai hak khiyar (memilih antara membatalkan atau meneruskan jual beli) selama merekabelum berpisah dan masih bersama, atau selama salah seorang di antarakeduanya tidak menemukan khiyar kepada yang lainnya. Jika salah seorangmenentukan khiyar pada yang lain, lalu mereka berjual beli atas dasar itu, makajadilah jual beli”. (HR. Muttafaq Alaih).

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

"Dari Rifa'ah Ibnu Rafi' radiyallahuanhu bahwa Rasulullah SAW pernah ditanya: "pekerjaan apakah yang paling baik? Beliau bersabda: "pekerjaan seseorang dengan tangannya dan setiap jual-beli yang bersih". (HR Al-Bazzar).

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ نَهَى عَنْ ثَمَنِ الْكَلْبِ وَمَهْرِ الْبَغِيِّ وَحُلُوانِ الْكَاهِنِ

"Dari Abu Mas'ud Al-Anshary radiyallahuanhu bahwa Rasulullah SAW melarang mengambil uang penjualan anjing, uang hasil pelacuran dan uang upah dari perdukunan. (HR. Bukhari dan Muslim).

Sedangkan dari Ijma' umat Islam sepanjang sejarah telah berijma'tentang halalnya jual-beli sebagai salah satu bentuk mendapat rizki yang halal dan diberkahi.⁶

Etika bisnis merupakan cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri, dan juga masyarakat. Pengertian tersebut mencakup bagaimana menjalankan bisnis secara adil, dengan mengubah pandangan dunia tentang etika bisnis agar tatanan ekonomi dunia semakin membaik. Bisnis tanpa etika menyebabkan para pengusaha dan pembisnis akan menjadi tidak terkendali dan dapat menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuannya. Etika bisnis memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen yang memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pelaku bisnis. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan pelaku bisnis untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka, dengan demikian pelaku bisnis dapat memaksimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa tidak hanya bergantung pada kualitas pelayanan saja, tetapi juga bergantung pada nilai yang dirasakan oleh konsumen, pembisnis harus menambahkan nilai yang membuat konsumen mendapatkan apa yang mereka bayar atau lebih dari mereka harapkan, sehingga konsumen dapat bertahan dan

⁶ Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual Beli*, (Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2018), hlm. 6-8

bisnis yang dilakukan akan terus berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.⁷ Pedagang yang beretika cenderung lebih menguntungkan dalam jangka panjang. Sehingga perusahaan yang beretika lebih bertahan dibandingkan perusahaan yang menjalankan bisnis secara tidak etis atau sesuka hati dalam melayani pelanggan. Pihak yang berkepentingan (*stakeholders*), yaitu: pelanggan, karyawan, dan masyarakat secara umum peduli terhadap isu etika.

Dalam menjalankan suatu bisnis etika sangat-sangat diperlukan, tapi tidak jarang etika bisnis dilanggar (tidak diterapkan) oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab, karena mementingkan keperluan pribadinya.⁸ Maka dalam penelitian ini perlu ditegaskan bahwa etika bisnis Islam yang peneliti tulis ini meliputi bidang *distribusi* atau *distributif*.

Toko kelontong ialah toko yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari. Selain itu, jenisnya pun beragam dan lebih lengkap. Produk yang dijual biasanya peralatan dan kebutuhan rumah tangga, seperti beras, bumbu dapur, peralatan mandi, sabun mencuci pakaian, pembersih rumah, dan lain sebagainya,

Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan di beberapa toko kelontong Desa Karyamukti pada hari Selasa 8 Maret 2022, penelitian ini menemukan permasalahan dimana adanya penyimpangan atau pelanggaran etika dalam aktivitas bisnis yang dilakukan. Peneliti menemukan adanya:

1	Perbedaan harga yang ditawarkan toko kelontong kepada pembeli atau calon pembeli
2	Masalah lainnya adalah dari segi pelayanan, ada beberapa pedagang kelontong ketika melayani konsumen, pedagang kelontong tersebut tidak bersikap ramah atau murah hati dengan ditandai dari cara pelayanan yang mana raut wajah pedagang kurang bersahabat, mimik muka judes, suara yang keras (teriak), dan sikap yang tidak sopan kepada pembeli
3	Ketika peneliti ingin membeli barang kelontong (barang kebutuhan sehari-hari) ada salah satu pedagang kelontong yang menawarkan harga dagangannya dengan harga yang terlalu tinggi dan ada juga pedagang

⁷ Miftah Huda. 2019. *Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam*. Jurnal El-Faqih, Volume 5 Nomor 1, P-ISSN 2443-3950 April, hlm. 94.

⁸ Laila Refiana Said, Buku Ajaran Etika Bisnis, (Klaten: Lakeisha, 2020), hlm. 4.

kelontong yang menjual dagangannya dengan harga yang sangat rendah, bila dibandingkan dengan pedagang kelontong pada umumnya yang sebelumnya peneliti sudah datangi. Akan tetapi, sebagian besar banyak juga pedagang kelontong di Desa Karyamukti yang sudah menerapkan etika bisnis dengan baik dalam berdagang.
--

Setelah melihat dan memperhatikan permasalahan di atas, maka peneliti tertarik ingin melakukan suatu penelitian ilmiah dengan judul yaitu: “PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO KELONTONG (Penelitian Di Desa Karyamukti, Kecamatan Cibalong, Kabupaten Garut).

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah ini bertujuan memberikan rumusan yang jelas dan nyata dari permasalahan yang ada untuk memudahkan peneliti. Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Toko Kelontong Di Desa Karyamukti?
2. Bagaimana Kepuasan Konsumen Pada Toko Kelontong Di Desa Karyamukti?
3. Bagaimana Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kelontong Di Desa Karyamukti?

C. Tujuan Masalah

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Toko kelontong Di Desa Karyamukti
2. Untuk Mengetahui Kepuasan Konsumen Pada Toko Kelontong Di Desa Karyamukti
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kelontong Di Desa Karyamukti.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengembangan manajemen sumber daya insan, etika bisnis Islam dan praktikum bisnis Islam.

b. Manfaat Praktis

- Bagi Peneliti Sebagai sara untuk melatih dan mengembangkan kemampuan dalam penelitian, serta menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang pengarus etika bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kelontong dalam suatu hubungan jual-beli. Disamping itu untuk meningkatkan pemahaman peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan berdasarkan kenyataan yang ada dilapangan.
- Bagi Toko Kelontong Desa Karyamukti Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan untuk bahan masukan dalam melakukan pelayanan yang lebih baik lagi pada konsumen dan mempertahankan etika bisnis Islam yang sudah diterapkan.
- Bagi Lembaga (Institut Agama Islam Latifah Mubarokiyah) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi diperpustakaan Institut Agama Islam Latifah Mubarokiyah, juga dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya yang mengkaji permasalahan yang sama.
- Fakultas Syariah Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi mahasiswa syariah yang mengkaji permasalahan yang sama.
- Bagi Umum Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran informasi untuk memperkaya cakrawala berfikir dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan proses untuk menggali informasi yang dijadikan landasan bagi perumusan kerangka berpikir guna tercapainya tujuan penelitian. Sebelum melakukan penelitian lebih dalam, ada beberapa penelitian yang memiliki pembahasan yang hampir sama dengan peneliti. Peneliti melakukan tinjauan pustaka terhadap penelitian terlebih dahulu yang mana berkaitan dengan pembahasan penelitian. Namun terdapat berbagai perbedaan, dilihat dari pembahasan maupun objek yang dikaji dalam penelitian. Untuk memberikan pembahasan yang lebih mendalam terhadap objek yang akan diteliti oleh peneliti. Adapun penelitian tersebut adalah:

Mochamad Yunus melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada UKM Bandeng Tadu Kendal)”**. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa etika bisnis Islam dan kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Variabel independen yang paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas produk dengan koefisien 0,285. Sedangkan etika bisnis Islam hanya mempengaruhi loyalitas konsumen dengan koefisien 0,006.⁹ Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas yaitu etika bisnis Islam. Perbedaan penelitian Mochamad Yunus dengan penelitian ini adalah peneliti terdahulu menggunakan dua variabel independen yaitu etika bisnis Islam dan kualitas Produk sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yaitu penerapan etika bisnis Islam.

Sidqi Amalia Izzati dengan judul penelitian **“Penelitian Etika Bisnis Islam Di Bambu Hot Resto Tegal”**. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun hasil yang diperoleh dapat diketahui etika bisnis yang dilakukan oleh Bambu Hot Resto Tegal pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam yang meliputi tidak melipatgandakan harga dalam jual beli, jujur dalam takaran, berkomunikasi dengan ramah, memiliki visi dan misi yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, menjalin silaturahmi, tidak melupakan ibadah, bekerja keras serta produk yang dijual tidak termasuk produk yang dilarang dalam Islam.¹⁰ Persamaan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan variabel etika bisnis Islam, adapun perbedaan dari segi pendekatan yang digunakan dalam penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif, variabel yang digunakan hanya satu variabel. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan variabel yang digunakan dua variabel.

“Pengaruh Penerapan Etika Binis Islam terhadap Customer Retention pada Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tumang Boyolali”. Tesis yang ditulis oleh Zahrotul Wakhidah, Program Studi Magister Ekonomi, Pasca Sarjana, Institut Agama Islam

⁹ Mochamad Yunus, *“Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada UKM Bandeng Tadu Kendal)”*, Skripsi Sarjana Ekonomi Islam, (Semarang: Perpustakaan UIN Walisongo, 2015).

¹⁰ Sidqi Amalia Izzati, *“Penelitian Etika Bisnis Islam Di Bambu Hot Resto Tegal”*, Skripsi Sarjana Ekonomi Islam, (Semarang: Perpustakaan UIN Walisongo, 2015).

Surakarta 2017. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data Primer yang diperoleh dari Kuesioner yang disebarakan kepada nasabah BMT Tumang Boyolali dan data sekunder yang diperoleh dari data-data BMT Tumang Boyolali dan literatur-literatur lain. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik pengambilan sampel accidental sampling. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan analisis linear primer dengan menggunakan Perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel Etika Bisnis Islam sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Retention (Mempertahankan nasabah). Adapun variabel independen yang memiliki pengaruh terbesar adalah kebenaran dengan nilai koefisien sebesar 0,427. Efek yang dirasakan anggota dari aspek kebenaran adalah pihak Baitul Mal wat Tamwil (BMT) memberikan pelayanan dengan penuh rasa kekeluargaan, profesional, cepat dan ramah. Persamaan dengan peneliti ini yaitu sama-sama bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh penerapan etika bisnis Islam secara keseluruhan terhadap variabel terikat.¹¹ Dan persamaan lainnya juga adalah pada penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu teknik analisis data yang menggunakan analisis regresi sederhana.

“Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang”. Jurnal yang ditulis oleh Ida Nuryana dan Fauzan tahun. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dalam bentuk persepsi responden (subjek) penelitian. Teknik analisis datanya menggunakan regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian mengindikasikan bahwa, penerapan etika bisnis yang diprosikan dengan (1) Keadilan berpengaruh secara negative dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) Kejujuran berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan. (3) Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Perbedaannya penelitian ini dengan penelitian terdahulu ada pada lokasi dan terdapat perbedaan pada variabel dan indikator yang digunakan. Penelitian ini pada variable X terdapat etika bisnis Islam, sedangkan pada penelitian terdahulu variabel X hanya terfokus pada etika bisnis saja. Serta pada variabel Y penelitian ini terhadap

¹¹ Zahrotul Wakhidah, “Pengaruh Penerapan Etika Binis Islam terhadap Customer Retention pada Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tumang Boyolali”, Tesis Magister Ekonomi, (Sukoharjo: Perpustakaan IAIN Surakarta, 2017).

kepuasan konsumen, berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu terhadap kepuasan pelanggan.¹²

Berdasarkan dari beberapa hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Baik dari segi alat analisis data yang digunakan, tujuan peneliti, jenis peneliti, dan kajian secara umum mengenai etika bisnis Islam tidak ada satupun penelitian yang menyinggung tentang pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada Toko kelontong. Oleh karena itu peneliti memilih judul tentang Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kelontong, dengan lebih memfokuskan pada Toko kelontong di Desa Karyamukti. Sehingga dapat dinyatakan bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti berbeda dengan peneliti yang telah ada sebelumnya.

F. Kerangka Pemikiran

1. Etika Bisnis Islam

a. Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani kuno. Kata Yunani “*etos*” dalam bentuk tunggal mempunyai arti kebiasaan-kebiasaan tingkah laku manusia, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir. Dalam “*ta etha*” mempunyai arti adat kebiasaan, menurut filsuf Yunani Aristoteles, istilah etika sudah dipakai untuk menunjukkan filsafat moral. Sehingga berdasarkan asal usul kata, maka etika berarti: ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan. Menurut kamus bahasa Indonesia etika artinya ilmu pengetahuan tentang azas-azas akhlak (moral). Menurut kamus besar bahasa Indonesia etika mengandung arti:

- 1) Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk tentang hak dan kewajiban moral.
- 2) Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak.
- 3) Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.¹³

b. Bisnis

¹² Fauzan, F., & Nuryana, I, “*Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang*”, Jurnal Ekonomi Modernisasi, Vol 10, No. 1, 2014, hlm. 38-55.

¹³ Asmawati Burhan, *Buku Ajar Etika Umum*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 3.

Secara historis kata bisnis berasal dari bahasa Inggris “*business*”, dari kata dasar “*busy*” yang bermakna sibuk. Dalam artian, sibuk mengerjakan kesibukan serta pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Secara etimologi, bisnis bermakna keadaan dimana seseorang atau sekumpulan orang sibuk melakukan pekerjaan yang membuahkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri mempunyai tiga penggunaan, mengacu pada badan usaha, yakni kesatuan yuridis (hukum), teknis, serta ekonomis yang mempunyai tujuan mencari laba atau keuntungan.¹⁴

c. Etika Bisnis Islam

Pengertian etika bisnis Islam merupakan sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al-Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram, perilaku etis ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya.¹⁵

d. Prinsip etika Bisnis Islam

Menurut Abdul Aziz ada enam prinsip dasar etika bisnis Islam, yaitu sebagai berikut:

- Niat ikhlas mengharap ridha Allah SWT
- Profesional
- Jujur dan amanah
- Mengedepankan etika sebagai seorang muslim
- Tidak melanggar prinsip syariah
- Ukhuwah Islamiyah¹⁶

Berdasarkan prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam di atas, maka secara teologis Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu.

- e. Nilai-nilai dasar etika bisnis dalam Islam yaitu: tauhid, khilafah, ibadah, tazkiyah, dan ihsan.
- f. Prinsip umum etika bisnis Islam Berdasarkan nilai dasar etika bisnis Islam diatas dapat ditarik prinsip umum etika bisnis Islam sebagai berikut: keadilan, kejujuran,

¹⁴ Apiaty Kamaluddin, *Administrasi Bisnis*, (Makassar: CV SAH MEDIA, 2017), hlm. 5-6.

¹⁵ Risma, Ahmad Dkk, *Pengaruh Etika Bisnis Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor*”, Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, Vol 11, 2019, hlm. 224. ¹⁶ Abdul Aziz, *Eti*

¹⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Bisnis Untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 39.

keterbukaan (*transparansi*), kebersamaan, kebebasan, tanggung jawab dan akuntabilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam harus mencakup:

- Kesatuan (*Unity*)
- Keseimbangan (*Equilibrium*).
- Kehendak Bebas (*Free Will*).
- Tanggung Jawab (*Responsibility*).
- Kebenarana: Kebajikan dan Kejujuran¹⁷

2. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara yang dirasakan dengan harapan sebelum barang atau jasa yang dibeli dan dikonsumsi. Sebagaimana menurut Aritonang mengemukakan kepuasan konsumen adalah: “Hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan itu dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk tersebut”¹⁸

b. Kepuasan konsumen menurut para ahli

a) Menurut Richard Oliver kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Sedangkan menurut Pasuraman, Zeithaml, dan Berry mengemukakan kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan terhadap jenis pelayanan yang didapatkan.

b) Menurut Kotler dalam buku prinsip-prinsip marketing, bahwa perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau respon terhadap kinerja hasil dari produk yang diharapkan. Istilah kepuasan

¹⁷ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Bisnis Untuk Dunia Usaha*, hlm. 45-47

¹⁸ Eswika Nilasari dan Istiatin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo*, Jurnal Paradigma, Vol, 13 No. 01, ISSN: 1693- 0827 (Februari-Juli 2015), hlm. 3.

pelanggan merupakan tindakan pelanggan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa.¹⁹

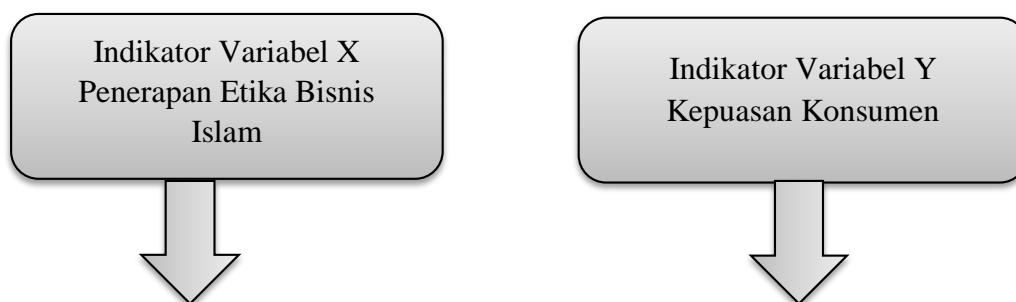
Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya.

c) Dimensi pengukuran kepuasan menurut Pasuraman dan Zeithaml dalam melayani konsumen adalah:

- *Responsiveness* (ketanggapan)
- *Reliability* (kehandalan)
- *Emphaty* (empati)
- *Asurance* (jaminan)
- *Tangibles* (bukti langsung)²⁰

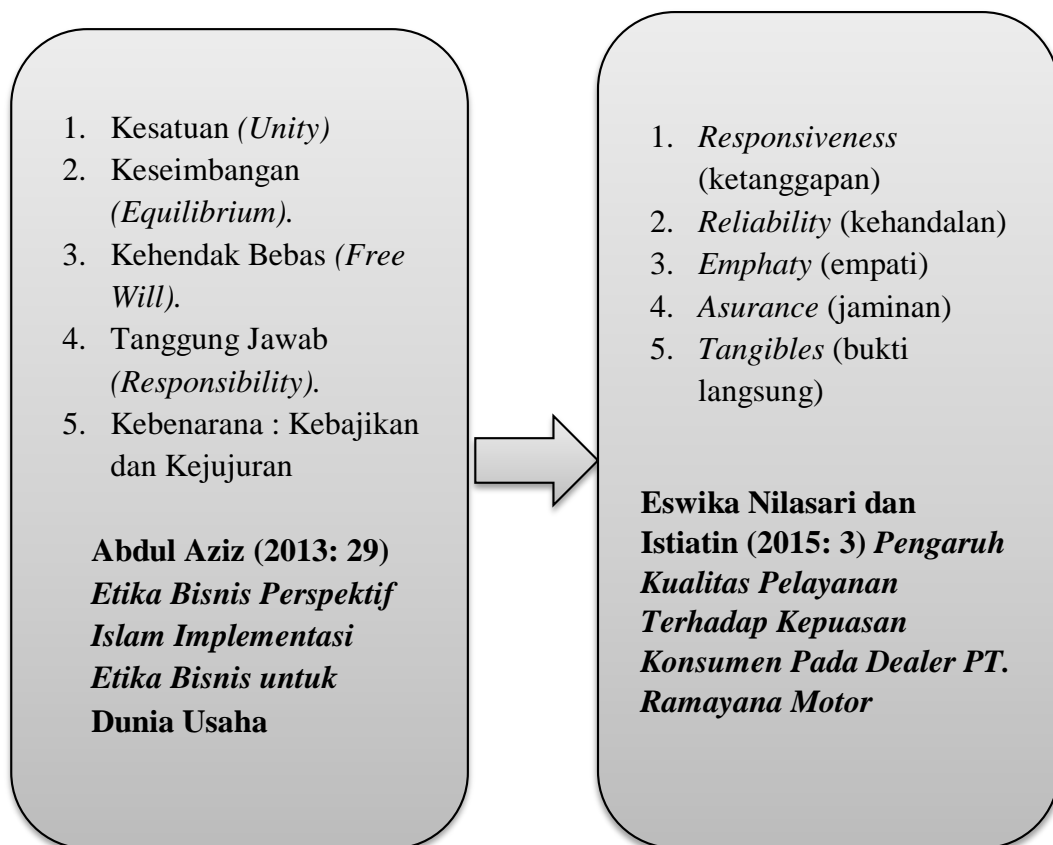
Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, dapat dibuat indikator penelitian yaitu sebagai berikut:

Gambar 1.1
Indikator Penelitian



¹⁹ Eswika Nilasari dan Istiatin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*, hlm. 4

²⁰ Eswika Nilasari dan Istiatin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*, hlm. 4



G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dari suatu penelitian yang harus diuji kebenarannya melalui jalan riset. Dengan kata lain hipotesis merupakan dugaan yang mungkin benar atau mungkin juga bisa salah, yang membutuhkan pembuktian atau diuji kebenarannya. Ada dua macam hipotesis (H_a) dan hipotesis (H_o). Hipotesis (H_a) adalah menyatakan adanya hubungan, atau adanya pengaruh atau adanya perbedaan. Sedangkan hipotesis (H_o) menyatakan tidak adanya hubungan, atau tidak adanya pengaruh, atau tidak adanya perbedaan.²¹

Maka berdasarkan gambaran di atas, dapat diajukan hipotesisnya sebagai berikut:

H_a : Diduga penerapan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap kepuasan

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 134.

konsumen (Jika nilai signifikan $<0,05$ maka H_a diterima)

H_0 : Diduga penerapan etika bisnis Islam tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Jika nilai signifikan $>0,05$ maka H_0 dipole).