

**PERAN KUALITAS PELAYANAN DI TOKO IMRON SUKOLILO
JABUNG DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN
BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Zuhrotul Ilmi
NIM
20181930729015**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO
MALANG
2022**

**PERAN KUALITAS PELAYANAN DI TOKO IMRON SUKOLILO JABUNG
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN
ETIKA BISNIS ISLAM**

S K R I P S I

Diajukan
untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:
Zuhrotul Ilmi
NIM 20181930729015

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO
MALANG
2022**

**PERAN KUALITAS PELAYANAN DI TOKO IMRON SUKOLILO JABUNG
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN
ETIKA BISNIS ISLAM**

Disusun oleh:

Zuhrotul Ilmi

NIM 20181930729015

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
untuk diujikan dalam ujian skripsi
Malang, 15 Agustus 2022

Pembimbing Utama



Gatut Setiadi, S.Pd., M.Pd
NIDN: 2113127902

Pembimbing Pendamping



Meyla Nur Vita Sari, S.E., M.Ak
NIDN: 2115058909

Mengetahui
Ketua Program Studi
Ekonomi Syari'ah



Paifatul Istiqomah, S.E.I, M.E
NIDN: 2125109101

**PERAN KUALITAS PELAYANAN DI TOKO IMRON SUKOLILO
JABUNG DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN
BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM**

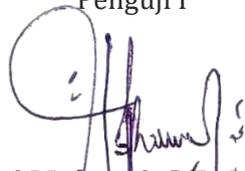
SKRIPSI

Disusun Oleh:
Zuhrotul Ilmi
NIM 20181930729015

Telah diuji serta dapat dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
dan dinyatakan **lulus** dalam ujian Sarjana
pada Hari Selasa Tanggal 23 Agustus 2022

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Sri Mulyani, S.E., M.E
NIDN. 2106098503

Penguji II



Saiful Muslim, S.E., M.M
NIDN. 2110048005

Mengetahui

Ketua Program Studi
Ekonomi Syaria'ah




Adatul Istiqomah., S.E.I, M.E
NIDN: 2125109101

Dekan Fakultas
Bisnis Dan Ekonomi Islam




SRI MULYANI., S.E, M.E
NIDN: 210609850

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zuhrotul Ilmi
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
NIM : 20181930729015

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

“Peran Kualitas Pelayanan Di Toko Agen Imron Sukolilo Jabung untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Etika Bisnis Islam”

adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan termasuk karya saya dalam skripsi tersebut telah diberi tanda sitasi dan dituliskan pada daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran (plagiasi di atas nilai yang ditetapkan) atas karya skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh dari skripsi tersebut.

Malang, Agustus 20
Yang membuat pernyataan

Materai
10.000

Zuhrotul Ilmi
NIM. 20181930729015

MOTTO

Jiwa manusia itu seperti cermin yang memantulkan bayangannya. Kebajikan akan membuat jiwa itu bersinar, sementara keburukan akan membuatnya gelap.

(Imam Ghazali Ra.)

Kata Pengantar

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas nikmat dan ridhanya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul "Peran Kualitas Pelayanan Di Toko Imron Sukolilo Jabung Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Etika Bisnis Islam". Sholawat serta salam penulis haturkan kepada nabi muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju jalan yang terang. Adapun maksud dan tujuan penelitian ini adalah meneliti tentang kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada toko imron. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan sarjana S1 pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.

Untuk segala bentuk bantuan dan do'a, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak KH. Ali Muzaki Nur Salim sekeluarga, selaku pengasuh yayasan sunan kalijogo malang dan yang senantiasa mendoakan kami dengan penuh kasih sayang, keikhlasan dan kesabaran.
2. Bapak H. Muhammad Yusuf Wijaya, Lc., M.M, P.Hd selaku Rektor Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
3. Bapak Dr. M. Sholihun, S.Pd.I, M.M selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
4. Ibu Sri Mulyani., S.E., M.E selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

5. Ibu lailatul istiqomah,S.E.I.,M.E selaku Ka.Prodi Ekonomi Syariah.
6. Bapak Gatut Setiadi, S.Pd.,M.Pd selaku Dosen Pembimbing 1.
7. Ibu Meyla Nur Vita Sari, S.E.,M.Ak selaku dosen pembimbing 2.
8. Kepada orang tua, saudara, dan keluarga besar saya yang selalu mendukung dan mendo'akan saya.
9. Teman teman seperjuangan yang telah sama sama mensupport dan berjuang dari awal hingga akhir serta Rekan-rekan lain yang tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan laporan ini. Oleh karena itu kritik dan saran masih penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk para pembaca.

Malang, 10 Agustus 2022

Penulis

ABSTRAK

Ilmi, Zuhrotul(2022)**Peran Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Imron Sukolilo Di Kecamatan Jabung)** Program Studi Ekonomi Syariah,Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam,Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.
Pembimbing (1) Gatut Setiadi, S.Pd., M.Pd pembimbing (2) Meyla Nur Vita Sari, S.E.,M.Ak

Keberhasilan suatu perusahaan dalam pengembangan bisnis dan produk sangat bergantung pada ketepatan strategi yang diterapkan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan strategi yang dapat digunakan untuk mewujudkan keinginan dan harapan konsumen agar tercipta kepuasan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelayanan, kepuasan pelanggan, dan etika bisnis Islami yang digunakan di toko Imron Sukolilo. Survei ini bersifat deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data, pertanyaan dan dokumentasi. Penyelidikan yang dihasilkan harus lebih akurat sehingga kita dapat menemukan solusi yang tepat ketika menyelidiki masalah. Melakukan wawancara dengan pemilik toko dan sampel sebanyak 15 konsumen. Masih terdapat bentuk pelayanan dengan kepuasan pelanggan yang rendah di toko Imron Skolilo, seperti pegawai yang kurang tanggap terhadap konsumen. Yaitu kualitas pelayanan (konkret), keandalan, daya tanggap, kedaulatan, dan empati. Dari segi kepuasan, banyak konsumen yang puas dengan kualitas dan harga produk, namun ada juga konsumen yang tidak puas karena kekurangan tenaga kerja, dan banyak yang mengantri. Gerai Imron Scorillo terus gagal mematuhi etika bisnis Islam, terbukti tidak responsif terhadap konsumen dengan mobilitas terbatas, dan menawarkan layanan di bawah standar.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, etika bisnis islami

ABSTRACT

*Ilmi, Zuhrotul(2022)**The Role of Service Quality To Improve Consumer Satisfaction In The Perspective Of Islamic Business Ethics (Case Study of Imron Sukolilo Stores in Jabung District)** Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Institute of Islamic Religion Sunan Kalijogo Jabung.*

Supervisor (1) Gatut Setiadi, S.Pd., M.Pd pembimbing (2) Meyla Nur Vita Sari, S.E.,M.Ak

The success of a company in business and product development is highly dependent on the accuracy of the strategies implemented. Good service quality is a strategy that can be used to realize the desires and expectations of consumers in order to create satisfaction. The purpose of this study was to determine the service, customer satisfaction, and Islamic business ethics used in the Imron Sukolilo store. This survey is descriptive qualitative with data collection techniques, questions and documentation. The resulting investigation should be more accurate so that we can find the right solution when investigating the problem. Conducted interviews with shop owners and a sample of 15 consumers. There are still forms of service with low customer satisfaction at the Imron Skolilo store, such as employees who are less responsive to consumers. Namely service quality (concrete), reliability, responsiveness, sovereignty, and empathy. In terms of satisfaction, many consumers are satisfied with the quality and price of the product, but there are also consumers who are dissatisfied because of the shortage of labor, and many are queuing. Imron Scorillo outlets continue to fail to adhere to Islamic business ethics, prove unresponsive to consumers with limited mobility, and offer subpar service

Keywords: service quality, customer satisfaction, Islamic business ethics

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Masalah	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Kualitas Pelayanan	10
2.1.2 Kepuasan Konsumen	15
2.1.3 Etika Bisnis Islam	25
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	40
2.3 Kerangka Konseptual	42
Sumber Toko Imron Sukolilo Jabung	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	45
3.1.1 Pendekatan Penelitian	45
3.1.2 Jenis Penelitian	45
3.2 Tahapan Penelitian	46
3.3 Fokus Penelitian dan Kehadiran Peneliti	47
3.3.1 Fokus Penelitian	47
3.3.2 Kehadiran Peneliti	47
3.4 Lokasi dan Obyek Penelitian	49

3.5	Sumber Data dan Jenis Data	49
3.5.1	Sumber Data	49
3.5.2	Jenis Data	50
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.7	Teknik Analisis Data	51
3.8	Pengecekan Keabsahan Data	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Hasil Penelitian.....	55
4.1.1	Gambaran Umum Toko Imron Sukolilo Jabung.....	55
4.1.2	Struktur Organisasi	56
4.1.3	Standar operasional.....	58
4.1.4	Hasil Penelitian pada Toko Imron Sukolilo Jabung	58
4.2	Pembahasan.....	64
4.2.1	Kualitas Pelayanan di Toko Imron Sukolilo Jabung.....	64
4.2.2	Tingkat Kepuasan Konsumen Di Toko Imron Sukolilo Jabung ..	67
4.2.3	Bentuk Etika Bisnis Islam dalam meningkatkan kepuasan konsumen Pada Toko Imron	70
BAB V	PENUTUP.....	78
5.1	Kesimpulan	78
	DAFTAR PUSTAKA.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 2 Informan Yang Di Wawancara.....	51
Tabel 3 Konsumen Toko Imron Sukolilo Jabung.....	59
Tabel 4 Konsumen Toko Imron Sukolilo Jabung.....	61
Tabel 5 Konsumen Toko Imron Sukolilo Jabung.....	62

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Konseptual.....	44
Bagan 2 Struktur Organisasi.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Toko Imron Sukolilo Jabung	87
Gambar 2 Google Maps Lokasi Toko Imron Sukolilo Jabung	87
Gambar 3 Produk Yang Di Jual Toko Imron Sukolilo Jabung	88
Gambar 4 produk yang di jual Toko Imron Sukolilo Jabung	88
Gambar 5 Konsumen Berbelanja Pada Toko Imron Sukolilo Jabung.....	89
Gambar 6 Kegiatan Transaksi Setelah Berbelanja.....	89
Gambar 7 Pembayaran Atau Penotalan Yang Di Lakukan Di Kasir	90
Gambar 8 Pengemasan Belanjaan Konsumen	90
Gambar 9 Pengecekan Barang Konsumen Yang Telah Di Beli.....	91
Gambar 10 Gudang Barang Toko Imron	91
Gambar 11 Stok Barang.....	92
Gambar 12 Tempat Penyimpanan Stok Barang.....	92

DAFRAT LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Kepada Pemilik Toko Imron Sukolilo Jabung.....	85
Lampiran 2 Wawancara Kepada Konsumen Toko Imron Sukolilo Jabung	86
Lampiran 3 Hasil Dokumentasi Pada Toko Imron Sukolilo Jabung	87

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini, perusahaan dapat memenangkan persaingan dengan menyediakan barang dan jasa berkualitas yang diapresiasi pelanggan. Pentingnya memuaskan pelanggan merupakan faktor kunci dalam menentukan nilai kualitas pelayanan. Jika pelanggan memiliki pengalaman negatif dengan perusahaan, mereka mungkin memilih untuk pergi ke tempat lain. Hal ini dapat berdampak negatif pada *bottom line* perusahaan. Ini merupakan tantangan besar bagi bisnis dalam mengembangkan budaya perusahaan yang positif dan menyediakan layanan yang inklusif.

Pelanggan perlu menyadari perilaku mereka sendiri untuk mendapatkan layanan terbaik. Poin utama bagi perusahaan adalah untuk memastikan kualitas layanan yang tinggi, karena hal ini akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk memastikan bahwa semua barang dan jasa diterima dengan baik, penting untuk mempertimbangkan perspektif masyarakat. Untuk tujuan memastikan kepuasan pelanggan, suatu layanan harus memenuhi standar kualitas pelayanan saat ini, yang mencakup lima dimensi berbeda: keandalan, keamanan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Dengan ini dapat diambil manfaat seperti membina hubungan positif antara perusahaan dan pelanggan mereka, memungkinkan penjualan ulang, dan mendorong loyalitas pelanggan.

Kepemimpinan manajemen yang strategis harus memperhatikan lima aspek, dengan pengelolaan dan peningkatan evaluasi, yaitu lima fungsi manajemen organisasi: merencanakan (*planning*), mengatur, melaksanakan (*activating*), dan mengevaluasi (*evaluating*), dan memantau (*controlling*).¹

¹ M ridwan, pengelolaan zakat dalam perberdayaan masyarakat (Cirebon: syntax, 2019), hlm.

Penting untuk menyediakan produk atau barang berkualitas, tetapi yang paling penting adalah memiliki sistem layanan yang responsif dan membantu. Untuk membuat pelanggan senang dengan produk atau layanan yang mereka butuhkan, dan nyaman dengan layanan yang diberikan, penting untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Tingkat kepuasan pelanggan memiliki dampak langsung terhadap omset penjualan. Jika pelanggan senang dengan suatu produk, permintaan akan produk tersebut akan meningkat, dan omset penjualan juga akan meningkat. Sebaliknya, jika pelanggan tidak puas dengan produk tersebut, permintaan mereka terhadap produk tersebut akan menurun, dan omset penjualan juga akan menurun. Faktor penting lainnya yang perlu dipertimbangkan saat memasarkan barang adalah bahwa pelanggan yang tidak puas kemungkinan tidak akan kembali untuk membeli atau menggunakan produk kita lagi. Pelanggan yang tidak puas dengan pembeliannya juga dapat menceritakan kepada konsumen lain tentang pengalaman negatif yang dialaminya, yang dapat merusak persepsi masyarakat terhadap produk tersebut.²

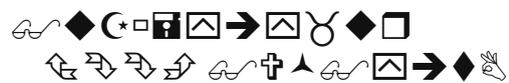
Dalam dunia usaha yang berkembang pesat, menjadi tantangan bagi para pelaku usaha untuk tetap unggul dalam persaingan dan menjaga kelangsungan usaha. Setiap bisnis yang ingin tumbuh dan bertahan dalam tekanan persaingan harus mampu menawarkan produk berkualitas tinggi dengan harga yang lebih menguntungkan pelanggan daripada pemasoknya, pengiriman yang dilakukan lebih cepat, dan layanan pelanggan yang lebih baik daripada pemasoknya. Bisnis harus mampu menyesuaikan strategi bisnis mereka dengan lingkungan yang selalu berubah untuk mengembangkan bisnis mereka, memanfaatkan peluang unik, dan mempertahankan pasar yang ada. Pelaku bisnis harus peka terhadap perubahan dan

² Redaksi BisnisUKM, <https://bisnisukm.com/strategi-meningkatkan-kepuasan-pelanggan.html>, akses 18 oktober 2019

mampu memenuhi dan merespon tuntutan pelanggan yang semakin beragam dan selalu berubah.

Bisnis berfungsi sebagai fondasi ekonomi negara mana pun. Sejak awal perkembangan Islam, inisiatif bisnis telah ada. Setiap manusia membutuhkan kekayaan untuk memenuhi segala kebutuhannya sehari-hari. Karena ini, orang akan terus-menerus berusaha untuk mendapatkan kekayaan melalui pekerjaan. Sebaliknya, jenis pekerjaan yang paling umum adalah bisnis atau perdagangan. Secara khusus, Nabi Muhammad sangat melarang orang untuk berbisnis dengan berdagang karena berbisnis dapat membuat orang menjadi mandiri dan membentuk komunitas tanpa menjadi tidak menguntungkan atau berperilaku buruk terhadap orang lain.

Dia pernah berkata: "Berdaganglah dengan Anda, untuk sepuluh bagian dari mata pencaharian Anda, sembilan di antaranya berasal dari perdagangan.". Allah berfirman :



Artinya : " Dan kami menjadikan siang untuk mencari penghidupan", (QS. An

*Naba':11)*³

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah SWT telah menciptakan waktu siang untuk manusia dalam mencari rezeki demi memenuhi kebutuhannya. Seperti halnya yang dijalankan oleh Rasulullah Saw. Reputasi Nabi Muhammad Saw sebagai pedagang yang jujur, ramah, profesional dan terpercaya telah terbina dengan baik sejak usia muda. Beliau selalu memperlihatkan rasa tanggungjawab dan integritas yang besar ketika berurusan dengan orang lain dalam berbisnis.

Tujuan suatu bisnis ialah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan

³ Kementerian agama republic Indonesia, tafsir ringkas jilid 2 (Jakarta: lajnah pentashihan mushaf Al-quran, 2016), hlm.889.

pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari, biaya waktu, biaya moneter, biaya tenaga, dan biaya pikiran.

Dalam ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Kepuasan penerima pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan.⁴ Sebaliknya, situasi ketidakpuasan terjadi dimana konsumen telah menggunakan jasa yang dibeli dan merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan. Ketidakpuasan bisa menimbulkan sikap negatif terhadap merek maupun produsen atau penyedia produk dan berbagai macam perilaku complain. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Jika seorang pelanggan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa yang diberikan, sangat besar kemungkinan konsumen akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.⁵

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Mengingat kepuasan adalah keadaan emosional seseorang baik kebahagiaan maupun kesedihan.⁶ Oleh sebab itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia produk tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata, tetapi sebagaimana dalam Islam pelayanan yang diberikan harus

⁴ Rahmayanti, Yeni N, Pengaruh Guided Imagery Terhadap Tingkat Kecemasan Pada Skizoafektif RSJD (Surakarta: 2010), hlm.92

⁵ Husein Umar, Studi Kelayakan Bisnis : Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif. (Jakarta : Gramedia, 2005), hlm.65

⁶Fathul Aminudin Aziz, Manajemen dalam Perspektif Islam,(Cilacap : Pustaka El Bayan,2012), Hlm.145

berdasarkan nilai-nilai syariah seperti halnya dengan penggunaan etika bisnis dalam rangka menjalankan visi maupun misi usaha.

Pada prinsipnya, semua jenis bisnis terikat untuk menghadapi strategi dan teknik penjualan yang baik saat menjual produk mereka untuk memastikan bahwa barang yang dihasilkan ditawarkan dan dijual dengan benar. Salah satu teknik penjualan yang dimaksud berkaitan dengan bagaimana etika bisnis Islam memandang strategi yang diterapkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Menerapkan etika bisnis Islami yang baik adalah pencapaian terpenting perusahaan dalam kepuasan pelanggan. Pada intinya kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, apakah alternatif yang dipilih setidaknya dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Ketika memilih produk, konsumen tidak hanya mengandalkan kualitas barang, tetapi juga pada nilai yang dirasakan pelanggan pada pelayanan. Penjual harus menciptakan nilai yang memberi pelanggan lebih dari apa yang mereka bayarkan.

Upaya mencapai tujuan bisnis yang utama yaitu memperoleh laba atau keuntungan. Terkadang perusahaan kurang memperhatikan kewajibannya secara moral. Pelaku usaha sering mengabaikan nilai-nilai etika. Di Indonesia pelanggaran etika banyak terjadi pada beberapa perusahaan baik skala besar maupun skala kecil. Banyak pelaku bisnis yang apatis terhadap etika dan berbuat curang dalam menjalankan bisnisnya. Dalam dunia bisnis memiliki keinginan untuk memperoleh keuntungan merupakan suatu hal yang wajar, akan tetapi hak pembeli harus tetap dihormati, dalam arti penjual harus tetap toleran terhadap keinginan pembeli.⁷

Berkaitan dengan profesionalisme, Nabi pernah bersabda: Berkaitan profesionalisme, Rasulullah pernah mengatakan, “Apabila urusan manajemen, diserahkan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya.” Disini letak

⁷ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, (Malang : UINMalang Press, 2007), hlm.31.

pentingnya profesionalisme dalam bisnis islami.⁸ Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentunya tidak boleh lepas dari penerapan etika, karena mengimplementasikan etika bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materiil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah Swt.⁹

Etika bisnis Islam merupakan suatu norma yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku, serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis. Dengan demikian antara etika dan bisnis merupakan dua hal yang erat hubungannya sehingga tidak dapat dipisahkan. Aktivitas bisnis merupakan bagian integral dari wacana ekonomi. Al Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi, bebas dari penipuan, sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 282:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِذَا تَدٰۤاَيْتُمْ بِدِيْنٍ اِلَىٰٓ اٰجَلٍ مُّسَمًّى فَاَكْتَبُوْهُ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya."
Ayat ini menjelaskan bahwa segala jenis usaha bisnis harus ditekankan dalam

pencatatannya. Oleh karena itu, setiap unit bisnis tidak hanya harus mengejar kepentingan organisasi, tetapi juga mempertimbangkan tujuan individu dari setiap karyawan dan, lebih luas lagi, berkontribusi pada pengembangan masyarakat di mana perusahaan berada. Pedoman untuk memutuskan tindakan mana yang benar atau salah seringkali berasal dari keyakinan agama, adat istiadat, anggota keluarga, tetangga, teman, lingkungan pendidikan, atau kesan media massa seseorang.

⁸ Kartajaya dan Syakir Sula, 2006 : 7

⁹ Muhammad Djakfar, Agama, Etika dan Ekonomi, (Malang : UINMalang Press, 2007), hlm.16.

¹⁰ Kementerian agama republic Indonesia, tafsir ringkas jilid 2 (Jakarta: lajnah pentashihan mushaf Al-quran, 2016), hlm.16-17

Etika bisnis diperlukan sebagai penerapan khusus dari etika umum (sosial) selama operasi bisnis. Bisnis adalah aktivitas manusia yang melibatkan pengorganisasian sumber daya untuk memproduksi dan mendistribusikan barang untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi masyarakat umum.

Untuk melaksanakan kegiatannya secara efektif, perusahaan harus menyadari kemungkinan konsekuensi dari keputusan dan tindakannya. Menggunakan praktik bisnis yang etis dan sehat dalam Islam akan memberikan kepercayaan kepada pelanggan akan kualitas produk. Membuat pelanggan merasa dihargai dan dihormati dengan memuaskan mereka secara etis. Etika membantu membangun bisnis yang bermanfaat. Persaingan yang semakin ketat dan pelanggan yang semakin menuntut tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dari para pelaku usaha.

Masyarakat umum memiliki keinginan yang kuat untuk memenuhi semua kebutuhan mereka, termasuk yang pertama, kedua, dan mungkin ketiga. Untuk memenuhi kebutuhan kita, seperti kesempatan kerja dan stabilitas ekonomi, baik pasar tenaga kerja maupun ekonomi harus ada dan berfungsi.¹¹ Indikator ekonomi adalah tanggung jawab, keseimbangan (keadilan), tauhid, dan kebebasan.¹² Dengan prinsip panduan ini, praktik bisnis Islam sangat defensif dan proaktif terhadap segala potensi kerugian.

Toko Imron Sukolilo adalah sebuah usaha kecil yang telah berkembang menjadi bisnis retail. Pasar kebutuhan dasar saat ini berkembang pesat di seluruh dunia. Gerai Imron Sukolilo memiliki tujuan menjadi peritel global. Target Toko Imron Sukolilo dapat diwujudkan pada tahun 2022. Toko Imron Sukolilo membutuhkan sistem manajemen mutu yang baik dan sumber daya manusia yang

¹¹ M Ridwan, Upaya Masyarakat Dalam Publikasi Destinasi Wisata Untuk Peningkatan Ekonomi, (Majalengka. Ecopreneur : Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah, 2020), hlm.35

¹² Veitzhal Rivai, Islamic Business And Economic Ethics. (Jakarta : Bumi Aksara, 2012), Hlm.38

kompeten agar dapat menerapkan sistem manajemen mutu. Pelatihan manajemen mutu merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan teori umum manajemen mutu kepada karyawan. Sumber daya manusia merupakan hal yang penting dalam menunjang keberhasilan penerapan sistem manajemen mutu di suatu perusahaan. Mereka perlu dimotivasi untuk melaksanakan tugas mereka secara efektif. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana strategi pelayanan pada Toko Imron Sukolilo efektif dalam memuaskan pelanggan guna membantu kemajuan bisnis.

Berdasarkan latar belakang di atas, saya menyelidiki layanan Toko Imron di Desa Skorillo. Penulis mengupas “Peran Kualitas Pelayanan Toko Imron Sukolilo Jabung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Berbasis Etika Bisnis Syariah”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Toko Imron Sukolilo Jabung ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen di Toko Imron Sukolilo Jabung?
3. Bagaimana bentuk etika bisnis islam dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Toko Imron Sukolilo Jabung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di Toko Imron Sukolilo Jabung.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di Toko Imron Sukolilo Jabung.
3. Untuk memahami bentuk etika bisnis islam di Toko Imron Sukolilo Jabung.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh penulis tentang tujuan penelitian sebelumnya, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menambah pengetahuan tentang kualitas pelayanan.
2. Menjadi bahan evaluasi dalam bidang bisnis retail.
3. Dapat menerapkan etika bisnis islam yang tepat di bidang retail.

1.5 Batasan Masalah

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui strategi pelayanan Toko Imron Sukolilo Jabung.
2. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Toko Imron Sukolilo Jabung.
3. Etika bisnis Islami memandang strategi pelayanan Toko Imron Sukolilo Jabung sebagai peningkatan kepuasan pelanggan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, sehingga didefinisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainya dalam mengimbangi pemenuhan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan (*Service quality*) dapat diketahui dengan membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu toko. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas pelayanan dipresepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan diperesepsikan buruk.

Kualitas pelayanan dalam suatu toko merupakan faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan toko dalam jangka panjang. Namun demikian, agen harus berhati-hati agar tidak terjebak pada keyakinan bahwa pelanggan harus dipuaskan tak peduli berapapun biayanya. Tidak semua pelanggan memiliki nilai yang sama bagi agen. Beberapa pelanggan layak menerima perhatian dan pelayanan yang lebih dibandingkan pelanggan lain. Ada pelanggan yang tidak akan pernah memberikan umpan balik tak peduli berapa banyak perhatian yang kita berikan pada mereka, dan

tak peduli berapa puasny mereka. Dengan demikian, antusiasme tentang kepuasan pelanggan harus didukung oleh analisa-analisa yang tajam.¹³

2. Pandangan Islam Tentang Pelayanan

Islam sangat memperhatikan dan menghormati para pedagang yang mampu memberikan pelayanan sebaik mungkin. Prinsip-prinsip pelayanan yang baik dalam Islam meliputi:¹⁴

- a) Karena pelayanan adalah ibadah, maka harus ada cinta dan ketulusan di dalam hati ketika melayani seseorang;
- b) Memberi dulu, baru menerima.
- c) Memahami orang lain sebelum mereka memahami Anda.
- d) Bahagiakan orang lain terlebih dahulu.
- e) Hormatilah orang lain sebagaimana Anda ingin dihargai diri sendiri.
- f) Memberikan empati yang mendalam dan mendorong sinergi

3. Kewajiban Karyawan dan Perusahaan Serta Sebaliknya Hak

Hubungan antara tenaga kerja dan perusahaan adalah jalan dua arah. Ketika satu pihak melakukan bagiannya, hak pihak lain juga terpenuhi. Kewajiban kedua belah pihak yang pemenuhannya memenuhi hak kedua belah pihak. Karyawan memiliki tanggung jawab kepada majikan mereka, rekan kerja mereka, dan diri mereka sendiri. Mematuhi kewajiban seseorang adalah bagian penting dari menjadi warga negara yang baik. Menjaga kepercayaan adalah penting ketika bekerja dengan orang lain dan kesetiaan pada negara selalu penting.¹⁵

¹³ I Dewa Agung Gede Adi Utama And Anak Agung Gede Agung Artha Kusuma, "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8, No. 11 (2019).

¹⁴ Zainuddin Nur, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perdana Swalayan Medan (Studi Kasus Tentang Produk Dan Pelayanan Berbasis Nilai-Nilai Syariah)," *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara* (2016): 1-108, [http://repository.uinsu.ac.id/1529/1/Zainuddin Nur.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/1529/1/Zainuddin%20Nur.pdf).

¹⁵ Abdul Aziz et al., *Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, 2013.

a. Kewajiban Ketaatan

Salah satu karyawan yang terafiliasi dengan perusahaan yang bersangkutan telah menjadi anggota organisasi, sehingga tidak memungkinkan bagi mereka untuk mengikuti instruksi atau menghadiri rapat-rapatnya. Namun, jika perintah tertentu ternyata tidak bermoral atau tidak pantas, maka karyawan tidak diwajibkan untuk menghapus semua perintah dari sasarannya. Bahkan ketika pekerjaan yang ditawarkan kepada karyawan perusahaan tertentu tidak benar-benar sesuai dengan rencana yang telah diselesaikan, mereka tidak diharuskan untuk melakukannya.

b. Kewajiban Konfidensialitas

Tujuan dari Kerahasiaan adalah untuk menyampaikan informasi yang benar dengan sangat hati-hati. Seluruh karyawan di dalam perusahaan, terutama yang memiliki akses ke rahasia dagang seperti manajer, departemen operasional, dan akuntans, menghadapi dampak serius jika tidak mengungkapkan rahasia dagang kepada masyarakat umum. Masalah ini tidak hanya muncul saat karyawan yang bersangkutan bekerja di sana, tetapi juga terjadi setelah karyawan terbiasa bekerja di sana. Sangat tidak disarankan bagi karyawan untuk membeli saham lama dan pindah ke perusahaan baru untuk mendapatkan barang yang lebih berharga.

c. Kewajiban Loyalitas

Salah satu kebutuhan lain yang dimiliki karyawan ketika mulai bekerja di perusahaan tertentu adalah mereka harus loyal kepada perusahaan tersebut. Saya harus memahami misi dan tujuan perusahaan saya. Akibat hanya berfokus pada materi, para pekerja yang menentang pekerjaan dengan standar gaji yang lebih tinggi sering kali salah mengira bahwa mereka tidak etis. Dia tidak memiliki komitmen resmi terhadap perusahaan tempat dia bekerja. Karena itu, beberapa bisnis menganggap perilaku ini tidak bermoral dan kurang etiket dalam kasus-kasus ekstrem.

4. Indikator Kualitas Pelayanan

Metrik Standar Kualitas Ada beberapa faktor atau atribut yang harus diperhatikan untuk menjamin kualitas pelayanan yang tinggi, yaitu:¹⁶

- a. Faktor terpenting dalam keberhasilan suatu perusahaan adalah kemampuannya untuk menunjukkan kehadirannya kepada pihak luar. Sarana prasarana fisik suatu perusahaan dapat dilihat sebagai indikator yang dapat diandalkan dari kualitas layanan yang diberikannya.
- b. Keandalan adalah kemampuan bisnis untuk memberikan layanan dengan cara yang ditunjukkan oleh gairah dan antusiasme. Operasi bisnis harus sejalan dengan harapan pelanggan, termasuk menyediakan semua pelanggan dengan layanan yang tepat waktu dan konsisten.
- c. *Responsiveness* adalah sebuah sistem yang bertujuan untuk menyediakan layanan yang cepat dan akurat kepada pelanggan sambil mengungkapkan informasi dengan jelas.
- d. *Assurance* adalah pemahaman, kejelian, dan kemampuan karyawan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Pentingnya komunikasi, kredibilitas, kesopanan, kompetensi, dan ketenangan saat melakukan bisnis online tidak dapat dilebih-lebihkan.
- e. Empati adalah kualitas yang berasal dari memberikan setiap pelanggan perhatian pribadi yang bijaksana untuk memahami kebutuhan mereka. Dimana diharapkan para pelaku bisnis akan memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang pelanggan.

5. Dimensi Kualitas Pelayanan

¹⁶ Meithiana Dr. Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan, Press@unitomo.Ac.Id*, 2019.

Menurut Kotler dan Keller, ada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:¹⁷

1. *Tangibles* atau barang fisik, yaitu kapasitas bisnis tertentu untuk mengumumkan keberadaannya ke dunia luar. Penampilan, kinerja, sarana, dan prasarana fisik perusahaan, yang daerah ini dapat diandalkan, merupakan bukti nyata atas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Contohnya antara lain: lokasi pegawai syariah yang strategis, akses pegawai syariah yang mudah, fasilitas pemeliharaan pegawai syariah yang nyaman, bersih, wangi, dan tenang, serta lokasi parkir yang memadai.
2. *Reliability*, juga dikenal sebagai Keandalan, adalah kemampuan organisasi untuk memberikan layanan yang diminta secara jujur dan akurat. Misalnya pegawai syariah memberikan pelayanan yang cepat; mereka tidak terlibat dalam kesalahan dalam memberikan pelayanan yang dapat diperberat untuk masalah konsumen.
3. *Assurance* atau disebut juga iman, yang terdiri dari pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan rekan bisnis untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Misalnya, iklan yang sesuai dengan syariah mendorong konsumen untuk menganggap transaksi sebagai aman dan terjamin. Pegawai secara konsisten menjunjung tinggi standar ini bagi konsumen.
4. Empati, yaitu perhatian, perhatian, dan perhatian kepada konsumen dengan berusaha memahami keinginan konsumen, dimana satu perusahaan diharapkan untuk memahami dan menggeneralisasi konsumen, memahami kebutuhan spesifik mereka, dan memiliki jam kerja yang menyenangkan bagi konsumen. Misalnya pegawai syariah tidak mau menyebutkan nama nasabah saat

¹⁷ Iain Palopo and Putri Pramadita, "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pegadaian Syariah Cabang Kota Palopo" (2021).

memberikan pelayanan, dan waktu pegawai syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah.

5. *Responsiveness* juga dikenal sebagai daya tanggap, adalah kemampuan untuk membantu dan memberikan layanan yang tepat waktu dan akurat kepada pelanggan tanpa memberikan mereka instruksi yang jelas untuk menghindari peningkatan kekhawatiran tentang kualitas layanan. Misalnya, seorang praktisi Pegadaian Syariah akan memberikan informasi yang jelas tentang pelayanan, tetap tersedia untuk Anda setiap saat ketika Anda adalah konsumen yang sadar, dan melakukan transaksi dengan cepat.

2.1.2 Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan

Kata kepuasan yang diturunkan dari bahasa Latin menunjukkan tindakan atau kelambanan dan sangat aman, akurat, dan dilambangkan dengan *factio*. tujuan mungkin menunjukkan keinginan untuk berhasil sendiri. Menurut teori psikologi, kepuasan adalah luapan emosi secara tiba-tiba yang terjadi setelah menyelesaikan suatu tugas; kepuasan ini dapat terjadi ketika sesuatu berjalan sesuai rencana atau tidak terduga; itu juga dapat terjadi ketika suatu tindakan gagal memenuhi kebutuhan atau niat. Setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk dengan kinerja (atau hasil) yang diantisipasi, respons konsumen biasanya berupa kejutan, kemarahan, atau kekecewaan.

Tujuan adalah tingkat kepuasan setelah membandingkan pekerjaan/hasil anda dengan harapan anda. Menurut Kotler, lawan dari kepuasan adalah reaksi kecewa seorang senat atau individu untuk membandingkan persepsi seseorang tentang kesuksesan suatu produk dengan harapannya. Oleh karena itu, kepuasan berfungsi sebagai fungsi dari perbedaan antara pekerjaan terarah dan tidak terarah. Persona kecewa segera setelah pekerjaan berpindah dari rumah. Ketika pekerjaan

mereka berakhir, orang-orang sangat marah. Semakin lama semakin puas pelanggan pasar yang agak sensitif terhadap harga dan memiliki komentar positif tentang upaya perusahaan untuk melaksanakan pelanggan kepuas. Anda harus membuat dan menerapkan sistem dengan menggunakan keluhan Pelanggan adalah rasa asam atau pahit yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (hasil) produk dengan target.¹⁸

Definisi kepuasan/kepuasan pelanggan adalah tanggapan terhadap kepuasan pelanggan atas penilaian pengguna tentang perbedaan yang dirasakan harapan sebelumnya (atau standar kinerja lainnya) serta kinerja produk seperti yang dial Engel dan Fandi Tjiptono menyatakan bahwa kepuasan seseorang adalah suatu kepuasan apakah suatu alternatif itu dianggap memenuhi atau melebihi harapannya, sedangkan keterbukaan seseorang terjadi ketika hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan harapannya.¹⁹

Kepuasan adalah ketika klien memenuhi keinginan mereka, itu berarti pembeli memberikan penilaian terhadap suatu layanan atau karakteristik produk, atau layanan atau produk itu sendiri. Kesenangan yang diterima melalui pelanggan terkait dengan keberhasilan keinginan.²⁰

Pemenuhan mungkin merupakan elemen penting dalam menyampaikan pesan kepada klien, namun saat ini perwakilan komunitas menekankan pentingnya mendorong klien untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Survei loyalitas konsumen lokal telah lama dilakukan di sekitar pusat mereka untuk meningkatkan kualitas. Melalui penelitian yang berbeda pada hubungan antara loyalitas konsumen

¹⁸ <https://www.gramedia.com/literasi/kepuasan-pelanggan/>

¹⁹ Rapsan Kuku, Supandi Rahman, and Andi Mardiana, "Peran Pelayanan Dalam Peningkatn Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Joglo Ijo Kota Gorontalo," *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)* 1, no. 1 (2020): 12–21.

²⁰ Femila Putri, *Implementasi Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus: Sales Promotion Pada Samsung Experience Store Mall Pekanbaru)*, 2019.

dan kualitas administrasi, hasilnya menunjukkan tanda tingkat kepuasan tambahan yang dikenal sebagai kesenangan klien atau pesona klien..²¹

2. Pengertian konsumen

Konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk atau jasa yang telah diiklankan. Sebaliknya, pemenuhan pelanggan adalah sesuatu yang pembeli dari pemenuhan atau mungkin berakhir barang yang dianggap benar. Jika asumsi pembeli salah, pembeli juga salah, dan jika asumsi pembeli berbeda dengan asumsi pembeli, pembeli salah. Pembeli diklasifikasikan menjadi dua kategori: pelanggan khusus individu dan pembeli untuk keperluan bisnis.²²

Konsumen individu adalah individu yang membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri. Untuk digunakan di antara keluarga, teman, dan komunitas. Sedangkan membeli otoritatif adalah suatu kekhususan, instansi pemerintah atau usaha lain yang menjual barang dan jasa yang bermanfaat dan tidak bermanfaat juga diharapkan dapat membantu perhimpunan berfungsi dengan baik. Seseorang yang membeli dari orang lain disebut sebagai penjual. Banyak ahli tidak membuat kemajuan karena mereka membicarakan ide untuk pembelian. Perdagangan peer-to-peer, pasar yang tersebar, dan pasar adalah sumber mata uang yang dilindungi yang menekan harga barang..²³

Pelanggan adalah pembenaran mengapa bisnis berjalan. Tanpa klien, dimana barang tersebut akan dijual? Jadi cenderung dianggap bahwa klien memiliki situasi

²¹ Muqaffi Abdillah, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota Di Koperasi Kanindo Syari'Ah Cabang Dau Malang Jawa Timur ...," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* (2020), <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6636>.

²² Trisya Muliati and Faizal Nurmatias, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House Di Kota Dumai," *Jurnal Al-Hisbah* 2, no. 3 (2021): 1–15.

²³ Ibid

vital dalam bisnis. Akibatnya, setiap bisnis harus berusaha untuk memenuhi loyalitas konsumen.²⁴

3. Manfaat Kepuasan

Pelanggan Setiap pembeli atau klien dari manfaat khusus harus dipertimbangkan untuk kebutuhan mereka. Memenuhi persyaratan ini akan meningkatkan loyalitas konsumen atau klien administrasi sehingga akan memberikan manfaat bagi para ahli. Menurut Wiyanto, ada sejumlah manfaat yang terkait dengan membeli sesuatu, antara lain:²⁵

- a. Meningkatkan jumlah pelanggan/konsumen.
- b. Memperbaiki citra Toko/penjual.
- c. Mendorong terciptanya loyalitas pelanggan/konsumen.
- d. Terbentuknya hubungan yang harmonis antara penjual dan konsumen.

Jadi gambaran ini cenderung diasumsikan bahwa pemenuhan pembeli berhubungan erat antara pelanggan, terutama dalam sifat administrasi yang akan mempengaruhi pemenuhan pembeli yang dapat membantu yang sebenarnya..²⁶

Ketidakpuasan konsumen merupakan faktor signifikan yang secara signifikan menghambat atau mempengaruhi tahap pembelian konsumen selanjutnya. konsumen atau konsumen akan berdampak lebih besar pada kinerja konsumen tersebut. Konsumen akan merasa tidak nyaman setelah melakukan pembelian. Metode kosong untuk bergerak maju dalam rangka mengurangi stres klien adalah sebagai berikut: ²⁷

²⁴ <https://komerce.id/blog/kepuasan-pelanggan-adalah/S>

²⁵ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Jawa Timur: Banyumedia, 2006), h. 34

²⁶ Putri, *Implementasi Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus: Sales Promotion Pada Samsung Experience Store Mall Pekanbaru)*.

²⁷ Yoan Fauzia Rahmandika, Listyowati Puji, and Hari Purwanto, "Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen," *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 8, no. 1 (2020).

- a) Sistem Pendidikan dan Saran Organisasi yang berfokus pada audiensnya akan memberikan kepercayaan diri kepada audiensnya untuk memberikan saran atau kritik.
- b) Pelanggan Survei Menggunakan survei berkala, perusahaan yang responsif mengurangi kecemasan pelanggan.
- c) Bayangan Pembeli Cara lain untuk memperoleh informasi tentang kepuasan konsumen adalah dengan mendorong orang yang bermoral bermoral untuk membeli barang dan melaporkan setiap penyimpangan atau kesalahan yang mereka lakukan saat membeli barang komersial dan barang konsumsi.
- d) Meneliti hubungan antara pelanggan dari bisnis yang gagal dan pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berhenti mendukung mereka untuk memahami situasinya.

4. Kepuasan Dalam Prefektif Islam

Kaum Islamis memandang tolok ukur sebagai standar syariah ketika menilai loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen dari perspektif syariah diukur sebagai rasio harapan atas barang atau administrasi yang secara ketat mematuhi hukum dengan persyaratan aktual yang ada. Untuk mencapai tingkat pencapaian agama tertentu, seorang Muslim harus mengenali beberapa faktor, yaitu bahwa produk tertentu yang dikonsumsi adalah halal, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun pada saat menerimanya, dan bebas dari isrof (termasyhur) dan tabzir. Islam mengajarkan bahwa seseorang tidak boleh menawarkan jenis sumbangan dari organisasi yang sedang diluncurkan, baik dalam bentuk tenaga kerja atau produk; sebaliknya, seseorang harus selalu menawarkan sumbangan yang besar. Menurut Didin Hafidudin dan Hermawan Kartajaya, berikut ini adalah standar Islam yang harus dijunjung tinggi ketika menyediakan sambungan lain yang sangat erat:

- a. Menurut Didin Hafidudin, "Profesional" (*Fathanaah*) didefinisikan sebagai "bekerja dengan maksimal dan penuh tanggung jawab dan kesungguhan"²⁸. Al-Qur'an menyebutkan profesionalisme dalam Surat Al-Israa, ayat 84:

قُلْ كُلُّ يَعْمَلُ عَلَى شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَى سَبِيلًا

Artinya: "Katakanlah (Muhammad), "Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing." Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya. Artinya: "seseorang yang bekerja sesuai dengan profesinya maka akan menghasilkan sesuatu yang baik bagi orang lain".

- b. Kemampuan beradaptasi dan keramahan Menurut Hermawan Kartajaya, "Tabligh" mengacu pada individu yang pandai bicara dan kuat. Orang-orang yang menunjukkan sifat *tabligh* akan mengekspresikan diri mereka dengan jujur dan dalam kata-kata yang tepat. Kesopanan dan pendaftaran merupakan komponen penting dalam memberikan bantuan kepada orang lain²⁹. Hal ini dikatakan dalam Surat Thahaa ayat 44:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهٗ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى

"Artinya: apabila melayani seseorang bertutur katalah dengan lemah lembut, sopan dan ramah maka orang yang dilayanin akan merasa puas. Selain itu melayani dengan rendah hati (khidmah) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab."

- c. Jujur

Jujur artinya tidak pernah berbohong dalam menyelesaikan semua pertukaran. Sebagaimana ditunjukkan oleh Hermawan Kartajaya "jujur adalah kesamaan antara berita yang disampaikan dengan kenyataan saat ini, antara kekhasan dan

²⁸ Didin Hafidudin, Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik, (Jakarta: Gema Isnani, 2003), h. 63

²⁹ Hermawan Kartajaya, Syariah Marketing, (Bandung: Mizan, 2006), h. 132

yang terungkap, serta struktur dan substansinya”³⁰ Tidak menipu (*Al-Kidzib*) adalah konsep yang sangat penting ketika memulai bisnis. Contohnya antara lain praktik bisnis dan dagang yang disebutkan oleh Rasulullah SAW.

5. Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah sesuatu yang membuat konsumen kembali ke perusahaan yang telah bertransaksi dengan mereka sebelumnya. Jadi kepuasan masyarakat besar ketika pelayanannya baik. Dengan cara ini, individu akan menggunakan barang atau administrasi di masa depan. *Pointer* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:³¹

- a) Toko Imron Sukolilo Jabung nyaman dan murah.
- b) Kepuasan konsumen diutamakan.
- c) Menggunakan sistem bisnis Islam.
- d) Pelanggan senang berbelanja di toko ini.
- e) Secara keseluruhan karyawan Toko Imron Sukolilo ramah dan sopan.

6. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada banyak loyalitas konsumen "terbaik", jadi tidak hanya satu, hampir semua toko berusaha memberikan kepuasan pada pelanggannya. Meskipun demikian, di tengah perbedaan pendekatan dalam menaksir loyalitas konsumen, terdapat kesamaan tidak kurang dari 6 pusat gagasan melihat objek estimasi sebagai berikut :³²

³⁰ Ibid

³¹ T H E Sakarya And Journal Of, "Pengaruh Etika Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Penguatan Tarif Transportasi Jasa Grab Di Kota Makassar Skripsi" 7, No. 2 (2018): 44–68.

³² T H E Sakarya And Journal Of, "Pengaruh Etika Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Penguatan Tarif Transportasi Jasa Grab Di Kota Makassar Skripsi" 7, No. 2 (2018): 44–68.

1) Kepuasan pelanggan keseluruhan.

Metode yang paling mudah untuk mengukur kepuasan konsumen adalah dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada pelanggan secara langsung tentang produk atau administrasi yang relevan. Biasanya, ada dua cara untuk berinteraksi dengan perkiraan. Pertama dan terpenting, tunjukkan loyalitas konsumen terhadap produk atau administrasi organisasi. Kedua, survei konsumen dan cari perbedaan antara tingkat rata-rata penggunaan produk atau administrasi mereka.

2) Dimensi kepuasan pelanggan.

Pemeriksaan yang berbeda membagi kepuasan konsumen menjadi bagian-bagiannya. Untuk sebagian besar, interaksi semacam itu terdiri dari empat tahap. dimulai dengan membedakan komponen penting dari kepuasan konsumen. Selain itu, Anda harus meminta pelanggan untuk menilai produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan Anda berdasarkan beberapa kriteria yang tidak jelas, seperti kecepatan administrasi Anda, kantor administrasi Anda, atau tim administrasi Anda. Di tempat keempat, bersikeras pelanggan menentukan produk atau layanan pengiriman berdasarkan klausa yang sangat elaboratif. Selanjutnya, perusahaan bersikeras bahwa pelanggan mempertimbangkan faktor yang diyakini paling signifikan ketika mengevaluasi kinerja konsumen secara keseluruhan.

3) Konfirmasi harapan.

Pemenuhan tidak diperkirakan secara langsung, tetapi tertutup karena kewajaran/campur aduk antara asumsi konsumen dan pameran asli produk atau layanan perusahaan pada berbagai karakteristik atau aspek penting.

4) Minat pembelian ulang.

Kekhawatiran konsumen biasanya diungkapkan dengan mencoba menentukan apakah klien akan melakukan pembelian atau menggunakan administrasi organisasi di masa mendatang.

5) Kesiediaan untuk merekomendasi.

Kesiediaan pelanggan untuk meresepkan produk atau layanan tersebut kepada teman atau keluarga menjadi langkah penting untuk ditindaklanjuti atau ditindaklanjuti. Ini berlaku untuk produk atau layanan dengan pembelian yang sangat lama atau bahkan hanya satu kali.

6) Kekecewaan klien.

Beberapa sudut pandang yang sering digunakan untuk memecahkan solusi kekecewaan klien antara lain::

- a. Keluhan,
- b. Retur atau kadaluarsa
- c. Biaya jaminan,
- d. *Review* barang dari pasaran,
- e. Pembeli pergi ke pesaing

Dalam pandangan Islam, tolok ukur dalam mensurvei loyalitas konsumen adalah norma syariah. Loyalitas konsumen dalam perspektif syariah adalah tingkat pengujian antara asumsi untuk barang atau administrasi yang seharusnya sesuai syariah dan kebenaran yang didapat.

Pemenuhan pembeli adalah kontes bisnis tokoh penting dalam periode komputerisasi. Salah satu elemen yang menentukan tingkat loyalitas konsumen adalah kapasitas organisasi untuk menawarkan jenis bantuan, hasil organisasi dalam menawarkan jenis bantuan yang berkualitas.³³

³³ Bernard Hasibuan and Lisa Ratnasari, "Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Musik Studio Dengan Metode Servqual," *Jurnal Teknologi dan Manajemen* 19, no. 2 (August 28, 2021): 59–62.

7. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan

Dalam menentukan ukuran kepuasan pelanggan ada lima faktor fundamental yang harus dilihat oleh organisasi, yaitu :³⁴

- a. Ketika pembeli berasumsi bahwa hasil penyelidikan mereka membuktikan bahwa barang yang mereka gunakan bagus, kualitas pembelian mereka akan menurun.
- b. Kedudukan Administratif Khusus untuk usaha pendamping. Jika pembeli menerima hasil yang menguntungkan atau apa yang sering diharapkan, mereka akan merasa lega.
- c. Dekat rumah Saat menggunakan barang dengan merek tertentu yang biasanya memiliki ambang kepuasan yang lebih tinggi, pembeli akan merasa lega dan menerima konfirmasi bahwa orang lain akan terpengaruh olehnya, yang mungkin menimbulkan rasa gentar bagi mereka sendiri. Pemenuhan yang ada selain tekanan sosial yang membuat pembeli marah terhadap barang dagangan yang dituju bukan karena sifat barang tersebut.
- d. Nilai Barang-barang dengan kualitas terbaik namun dengan harga yang sangat murah. memberikan manfaat yang lebih besar kepada pembeli.
- e. Biaya Seorang pembeli yang tidak perlu membayar biaya tol atau mengerahkan segala upaya untuk memperoleh barang atau jasa administrasi kemungkinan besar akan senang dengan barang atau jasa tersebut. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen adalah pengelolaan dan pelaksanaan penjualan, kualitas produk, struktur proses administrasi, harga, dan jumlah yang sesuai dengan harapan klien.

³⁴ Metta Ehda Agusti, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Customer Retention (Studi Pada PT BPRS Adam Kota Bengkulu)" (2019).

2.1.3 Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Moral atau etika (Yunani Kuno: "*ethikos*", yang berarti "muncul dari kecenderungan") adalah di mana dan bagaimana bagian utama dari penalaran yang meninjau nilai atau karakteristik yang berubah menjadi penyelidikan norma dan keputusan moral. Etika menggabungkan penyelidikan dan penggunaan ide-ide seperti benar, salah, hebat, mengerikan, dan kewajiban. Etika adalah keyakinan tentang apa yang benar dan apa yang harus dilakukan, di mana dan bagaimana. Bagian utama dari penalaran yang meninjau nilai-nilai atau karakteristik adalah penyelidikan norma-norma moral dan keputusan.³⁵

Etika mencakup pemeriksaan dan penggunaan ide-ide seperti benar, salah, hebat, buruk, dan kewajiban. Etika adalah keyakinan yang tepat dan kegiatan yang salah, atau besar dan kejam, yang mempengaruhi hal-hal yang berbeda. Kualitas dan etika singular itu sendiri dan lingkungan sosial memutuskan apakah cara berperilaku tertentu dipandang sebagai cara berperilaku yang bermoral atau tidak dapat dipercaya. Pada akhirnya, cara berperilaku moral/etika adalah perilaku yang mencerminkan keyakinan individu dan praktik normal yang sebagian besar diakui sebagai kegiatan yang benar dan baik. Cara berperilaku yang tidak dapat dipercaya adalah perilaku yang menurut keyakinan individu dan praktik yang diterima dianggap tidak wajar atau mengerikan.

Masalah etika tidak langsung mengingat fakta bahwa secara praktis tidak ada moral yang murni. Secara hipotetis ada moral yang inklusif tetapi kerangkanya tidak dapat diakui secara umum, jadi benar tidak ada moral yang tersebar luas. Etika adalah

³⁵ Putri, *Implementasi Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus: Sales Promotion Pada Samsung Experience Store Mall Pekanbaru)*.

budaya terikat yang tumbuh secara bawaan dalam budaya sebagai teori atau gaya hidup individu.³⁶

Pentingnya etika atau moral berasal dari bahasa Yunani "*ethos*" dan itu menyiratkan kebiasaan atau kecenderungan. Ini menyiratkan bahwa moral terkait dengan nilai-nilai, gaya hidup yang hebat, standar hidup yang hebat, dan semua kecenderungan yang dianut dan diberikan mulai dari satu individu kemudian ke yang berikutnya atau mulai dengan satu zaman lalu ke yang berikutnya.³⁷

2. Jenis Jenis Etika

a. Etika filosofis

Etika filosofis dalam arti sebenarnya sangat baik dapat dikatakan sebagai moral yang berasal dari latihan berfilsafat atau berpikir, yang dilakukan oleh orang-orang. Dengan cara ini, moral benar-benar sepotong teori, moral dibawa ke dunia dari penalaran. Akhlak dikenang karena nalar, selanjutnya berbicara akhlak tidak dapat dipisahkan dari teori. Dengan demikian, untuk mengetahui komponen-komponen etika, kita juga harus mendapatkan beberapa informasi tentang komponen-komponen penalaran.

b. Non empiris Filsafat digolongkan sebagai ilmu non empiris.

Ilmu empiris adalah informasi yang tergantung pada kenyataan. Namun, penalaran tidak seperti itu, begitu juga etika. Etika tidak berhenti pada apa yang benar-benar selesai, tetapi mendapatkan beberapa informasi tentang apa yang seharusnya atau tidak seharusnya diselesaikan. Pada dasarnya bagian-bagian penalaran berbicara tentang sesuatu yang "ada". Misalnya, cara berpikir regulasi menyelidiki apa itu regulasi. Namun, etika tidak terbatas pada itu, tetapi mendapatkan beberapa informasi tentang "hal yang harus dilakukan". Oleh karena

³⁶ Fitri Adona, Etika Bisnis Periklanan: Pelanggan Pedoman Etis dalam Iklan Televisi 2012, Jurnal Polibisnis, Vol. 4, No. 2, Oktober 2012, 51

³⁷ Agus Arijanto, Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2012, 5.

itu, kehandalan sebagai bagian dari penalaran adalah fungsional dengan alasan bahwa hal itu berhubungan langsung dengan apa yang orang mungkin atau mungkin tidak dapat lakukan.

c. Etika teologis

Etika Teologis Ada dua hal yang perlu diingat sehubungan dengan etika agama. Pertama, etika filosofis tidak hanya memiliki tempat dengan agama tertentu, tetapi setiap agama dapat memiliki etika agamanya sendiri. Kedua, etika filosofis sangat penting bagi etika sebagai aturan, karena ada banyak komponen di dalamnya yang terkandung dalam etika secara keseluruhan dan dapat dipahami setelah memahami etika secara keseluruhan.³⁸

Sebagai aturan umum, etika dapat dicirikan sebagai pencerahan tenaga yang disengaja memanfaatkan motivasi untuk mengetahui pengalaman etika individu atau sosial kita, ke arah mana ia dapat memutuskan pekerjaan yang akan mengawasi aktivitas manusia dan kualitas yang bermanfaat sepanjang kehidupan sehari-hari.

3. Etika Perusahaan dengan Konsumen

Perusahaan dalam berhubungan atau berinteraksi dengan pelanggan berkomitmen: ³⁹

- a. Hormati kebebasan dan kepentingan pembeli.
- b. Memberikan data yang benar dan jelas terkait dengan kualitas barang dan administrasi.
- c. Temui komitmen untuk pembeli sejauh kualitas, biaya, waktu pengiriman, layanan penawaran setelah, keamanan dan item memastikan sesuai prinsip yang relevan.

³⁸ Putri, *Implementasi Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus: Sales Promotion Pada Samsung Experience Store Mall Pekanbaru)*.

³⁹ PT Petrokimia Gresik, "Pedoman Etika Bisnis & Etika Kerja," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2017): 21–25, <http://www.elsevier.com/locate/scp>.

- d. Berikan bantuan yang responsif, sederhana, ramah, dan cepat baik sebelum maupun sesudah transaksi kepada pembeli tanpa mengenali satu pembeli dari pembeli lainnya.
- e. Ikuti klasifikasi data tentang pembeli untuk kelompok lain yang dapat merugikan perusahaan atau pelanggan yang bersangkutan.
- f. Menyelesaikan masalah yang segera muncul dengan pembeli dalam mempertimbangkan, namun Organisasi akan membuat langkah yang sah atau berpotensi memboikot pelanggan yang menyalahgunakan pengaturan, pengaturan dan aturan untuk moral bisnis dan sikap kerja keras, sehingga demonstrasi merugikan organisasi.
- g. *Magistrates, Chiefs, dan Representatives* tidak diizinkan untuk menjadi spesialis pelanggan baik secara langsung maupun tersirat

1. Pengertian bisnis

Bisnis dalam referensi Kata Bahasa Indonesia dicirikan sebagai usaha di bidang keuangan dan pertukaran. Dalam bidang yang lebih luas, bisnis adalah pergerakan segala macam pertukaran tenaga kerja dan produk yang mencakup pertanian, penciptaan, penggunaan, pengangkutan, pengangkutan, surat menyurat dan administrasi yang ikut serta dalam membuat dan memamerkan barang dagangan kepada pelanggan.

Biasanya, praktik bisnis diamati oleh pemilik bisnis yang memiliki modal dan modal yang cukup, yang termasuk dalam tiga kategori bisnis:

- a) Usaha perseorangan seperti industri rumah tangga.
- b) Soal organisasi besar seperti PT, CV dan zat-zat yang sah bermanfaat.
- c) Bisnis di bidang desain moneter suatu negara Banyak anggapan yang memenuhi syarat tentang bisnis termasuk yang menyertainya;

- 1) Menurut Steiner, bisnis adalah perdagangan barang dagangan, administrasi atau uang tunai yang umumnya bermanfaat dan memberi manfaat.
- 2) Menurut J.S Nimpoena, pengertian bisnis dari sudut pandang terbatas hanyalah fiksi. Sementara itu, dari perspektif ekspansif, bisnis adalah bisnis yang terkait erat dengan alam semesta ekonomi dan masalah legislatif.
- 3) Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis adalah tindakan bisnis individu yang terkoordinasi yang menghasilkan dan menawarkan tenaga kerja dan produk untuk menciptakan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Pada dasarnya definisi bisnis tidak hanya terbatas pada organisasi yang menguntungkan, tetapi juga mencakup organisasi komunitas perkotaan, negara, dan lain-lain yang tidak hanya berfokus pada keuntungan tetapi juga penghargaan yang biasanya berguna untuk mengatasi masalah dengan mengutamakan keberkahan.

Bisnis adalah gerakan dari segala jenis yang mencakup pemberian tenaga kerja dan produk yang diperlukan dan diinginkan oleh orang lain. Dengan itu, pengelola uang dapat memutuskan dan memberikan kebutuhan sesuai kebutuhan orang lain (pembeli) dan secara konsisten berusaha membuat pembeli mendapatkan pemenuhan barang atau produk yang diinginkan.

2. Etika Bisnis Rasulullah SAW

Supaya kegiatan bisnis dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan kebaikan sepanjang kehidupan sehari-hari, kita harus membuat bisnis yang kita lakukan diwarnai dengan kualitas moral. Salah satu sumber acuan akhlak dalam bisnis adalah akhlak yang berasal dari suri tauladan terbaik manusia di muka bumi ini, tepatnya

Utusan Allah. Beliau memiliki banyak pendidikan moral untuk pendekatan strategis yang bisa kami pelajari, diantaranya :⁴⁰

- a) Kejujuran merupakan syarat utama dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat menganjurkan kejujuran dalam aktivitas perdagangan. Dalam tataran ini, beliau bersabda "Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya," (H.R. Al-Quzwani). "Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami," (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.
- b) Membantu atau menguntungkan orang lain, kesadaran akan arti sosial dari latihan bisnis. Menurut Islam, manajer keuangan tidak hanya mencari keuntungan sebanyak yang diharapkan, seperti yang ditunjukkan oleh Bapak Industrialis Keuangan, Adam Smith, tetapi juga terletak pada mentalitas ta'awun (membantu orang lain) sebagai konsekuensi sosial dari latihan bisnis. Tegasnya, melanjutkan pekerjaan tidak hanya mencari keuntungan materi, namun dengan kesadaran untuk mempermudah orang lain dengan menjual barang dagangan.
- c) Timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar ditemukan dalam perdagangan, tidak boleh menipu, takaran (ukuran, dan timbangan yang benar). timbangan yang benar), Timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar tersedia dalam perdagangan.
- d) Anda tidak dapat memilih bisnis orang lain untuk membuat orang lain membeli dari mereka. "Janganlah seseorang di antara Anda menjual dengan tujuan untuk

⁴⁰ Patel, "IAIN Kudus" (2019): 9–25.

menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain," kata Nabi Muhammad SAW. (H.R. Muttafaqun alaih).

- e) Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dan sebagainya.

3. Etika bisnis Dalam Islam

Islam mendefinisikan pertumbuhan ekonomi sebagai perkembangan yang terus-menerus dari faktor produksi secara benar yang mampu memberikan kontribusi bagi kesejahteraan manusia. Dalam Islam, etika mengacu pada dua sumber, yaitu al-Qur'an dan Hadits Nabi. Dua sumber pedoman dan pembimbing segala perilaku dalam menjalankan aktifitas. Etika dalam wacana Islam dapat diklasifikasikan ke dalam enam bentuk atau kategori penilaian atas suatu sikap dan perilaku, yaitu baik-buruk, benar-salah, tepat dan tidak tepat dalam konteks hubungan manusia dengan Tuhan, hubungannya dengan orang lain, atau masyarakat dan lingkungan.⁴¹

Berdasarkan pengertian etika dan bisnis diatas, dapat dikatakan bahwa etika bisnis adalah seperangkat aturan moral yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah, bohong dan jujur. Etika ini dimaksudkan untuk mengendalikan perilaku manusia dalam menjalankan aktivitas bisnis yakni menjalankan pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian, etika bisnis adalah tuntutan nasehat etis manusia dan tidak bisa dipenggal atau ditunda untuk membenarkan tindakan yang tidak adil dan bermoral. Etika bisnis harus dijunjung tinggi agar bisnis itu membuahkan hasil yang dapat memuaskan semua pihak yang terlibat dalam bisnis itu.⁴²

⁴¹ and Prof. Alan Bryman Tim May, Malcolm Williams, Richard Wiggins, "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Bagi Hasil Di Bmt Surya Abadi Jenangan Ponorogo," No. 1996 (2021): 6.

⁴² Ahmad Syafiq, "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam," *El-Faqih : Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam* 5, no. 1 (2019): 96-113.

Kegiatan ekonomi telah menjadi sarana pencapaian kesejahteraan atau kemakmuran. Nabi Muhammad Saw memperkenalkan sistem ekonomi Islam. Hal ini berawal dari kerja sama antara kaum Muhajirin dan Anshar. Sistem ekonomi Islam yang diperkenalkan, antara lain, *syirkah*, *qirad*, dan *khiyar* dalam perdagangan. Selain itu, juga diperkenalkan sistem *musaqah*, *mukhabarah*, dan *muzara'ah* dalam bidang pertanian dan perkebunan. Para sahabat juga melakukan perdagangan dengan penuh kejujuran. Mereka tidak mengurangi timbangan dalam berdagang.⁴³

Etika dalam bisnis harus dijaga oleh para ahli dalam mempertahankan bisnis mereka. Jika seorang spesialis menjaga moral selama waktu yang dihabiskan untuk membuat dan menjual barang-barangnya, maka pada saat itu barang yang dijual akan diakui oleh pelanggan sebagai pihak terakhir yang membeli atau mengkonsumsi barang tersebut.⁴⁴

Jadi akhlak bisnis Islami dapat berarti suatu usaha untuk mengetahui baik buruknya tingkah laku sesuai dengan arah ajaran agama Islam. Keempat standar moral bisnis islam ini dapat diterapkan sebagai ide dalam latihan bisnis yang terdiri dari tauhid (solidaritas), keseimbangan (harmoni), kesempatan (kebebasan berpikir), kewajiban (*obligation*), dan kebenaran.⁴⁵

a. Tauhid (*Unity*)

Tauhid adalah mengakui Sang Pencipta berbeda dengan makhluk-Nya. Gagasan tauhid adalah aspek segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia (*Habluminannas*) serta hubungan dengan pembuatnya (*Habliminnallah*). Kesatuan sebagaimana tercermin, dalam gagasan tauhid adalah semua aspek yang

⁴³ Agung Eko Purwana, "Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Justicia Islamica* 11, no. 1 (2014).

⁴⁴ Thursina, Zaki Fuad, and Hafidhah, "Thursina, Zaki Fuad, Hafidhah | Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam," *JIMEBIS: Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business* 1, no. 2 (2020): 52–67.

⁴⁵ Yoga Try Andika² Lilit Biati¹, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ud. Diva Sejahtera Blokagung Banyuwangi" (2021): 63–63.

berhubungan dengan orang atau orang lain (*Habluminannas*), gagasan keesaan Tuhan menyatukan semua bagian kehidupan seorang Muslim, baik moneter, politik, ketat, sosial dan wilayah lokal. Aturan ini menekankan pemikiran, konsistensi dan permintaan, pedoman ini secara bermakna mempengaruhi seorang Muslim. Standar ini memberikan gambaran bahwa Allah membuat garis-garis khusus tentang cara berperilaku manusia untuk memberikan manfaat tanpa ada yang merasa putus asa dengan tunduk pada ajaran Islam.

Berdasarkan pandangan ini, maka ide pada etika dan aspek finansial, atau etika dan bisnis menjadi tergabung. Hubungan dengan orang atau orang lain (*Habluminannas*) serta hubungan dengan Pencipta (*Habliminnallah*) merupakan kondisi vital dalam kerangka Islam. Berdasarkan standar ini, seorang Muslim dalam menjalankan bisnisnya tidak akan melakukan kebijakan strategis yang dilarang oleh Allah.

2. Keseimbangan atau '*adl*

Keseimbangan atau '*adl* menggambarkan komponen hubungan dengan pembuat (*Habluminnallah*), segala sesuatu di alam semesta. Gagasan keseimbangan ini adalah sesuatu yang lain dari kualitas alam, karakteristik ini harus ditanamkan oleh setiap Muslim dalam hidupnya. Keseimbangan menyiratkan bahwa memimpin bisnis harus disesuaikan dan adil. keseimbangan berarti tidak terbawa dalam kerangka pikiran tambahan keuangan. Dalam desain ekonomi dan bisnis harus menghindari pemusatan pengaruh keuangan dan bisnis pada beberapa individu, stabil dalam penyebaran gaji dan kekayaan.

6. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip dasar etika bisnis islam mencakup :

a. Kesatuan (*Unity*)

Solidaritas sebagaimana tercermin dalam gagasan tauhid yang menyatukan seluruh bagian kehidupan umat Islam baik dalam bidang moneter, politik, sosial menjadi satu kesatuan yang homogen, dan menggarisbawahi gagasan umum tentang konsistensi dan permintaan. Dari ide ini, Islam menawarkan kombinasi yang ketat, moneter, dan sosial untuk membentuk solidaritas. Berdasarkan pandangan ini, moral dan bisnis menjadi terkoordinasi, ke arah atas dan merata, membingkai kondisi vital dalam kerangka Islam.

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Islam mensyaratkan bahwa para peserta dalam kegiatan bisnis dan profesional harus dihormati, tidak hanya ketika berurusan dengan organisasi-organisasi yang tidak kooperatif. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al Maidah Ayat 8:

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

yang artinya: "Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sesekali-sesekali kebencianmu terhadap suatu kaum men-dorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa"

c. Kehendak Bebas (*Free will*)

Peluang adalah bagian penting dari moral bisnis Islam, namun peluang ini tidak merugikan kepentingan keseluruhan. Kepentingan individu benar-benar terbuka. Tidak ada batasan bagi seorang mendorong individu untuk terus menerus bekerja dengan segala potensinya secara efektif. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan individu tak terbatas, tetapi setiap orang diwajibkan zakat, infaq, dan kontribusi.

d. Tanggungjawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh masyarakat karena tidak menuntun adanya peranggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan manusia perlu mempertanggungjawabkan. Ia mengulangi batasan tentang apa yang dilakukan oleh manusia dengan cara yang tak henti-hentinya terhadap apa pun yang mereka lakukan.

e. Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran.

Dalam konteks ini, kebenaran juga mencakup dua hal lagi, yaitu kebajikan dan kejujuran, di samping makna kebenaran lawan dari kesalahan. Dalam konteks bisnis, kebenaran dilihat sebagai niat, sikap, dan kegiatan mendasar yang menyangkut proses pelaksanaan suatu akad (transaksi), baik untuk mencari atau memeriksa syarat-syarat suatu transaksi maupun untuk mencari atau mencatat keuntungan. . Sesuai dengan prinsip dasar ini, etika bisnis Islam menghindari kolusi dan bersifat preventif dalam hal satu organisasi melakukan transaksi bisnis, pekerjaan bersama, atau hubungan formal lainnya.⁴⁶

6. Tata Krama Dalam Perilaku Bisnis

Setiap kegiatan bisnis harus selalu dilakukan secara etika Islam. Contohnya antara lain menjalankan bisnis dengan jujur, berpegang pada hukum Islam atau ketentuan Syariah, memiliki rasa iman dan takwa yang kuat, memiliki sikap budi, jujur, dan amanah, kuat, serta ahli dan proposional. Contoh lain termasuk tidak terlibat dalam pekerjaan yang bertentangan dengan hukum Islam atau perintah Syariah. Dengan demikian, setiap pelaku bisnis dituntut untuk berperilaku sesuai

⁴⁶ novi yulia Budiarti, "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pt. Toyota Hadji Kalla Kota Parepare," *Sustainability (Switzerland)* 4, no. 1 (2020): 1-9, <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://serisc.org/journals/index.php/IJAST/article>.

dengan apa yang dilarang oleh Al-Qur'an dan As-Sunnah. ⁴⁷ Pada titik percakapan ini, Rosulullah menyebutkan tiga garis besar bisnis itu, yaitu:

1) Murah Hati

Dalam konteks jual beli ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, tapi tetap penuh, murah hati. Sopan santunan adalah fondasi yang jelas dan utuh dari tingkahlaku kebaikan. Sebagaimana difirmankan oleh Allah dalam Surah Ali-Imran, Ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya".

2) Motivasi seorang Muslim untuk terlibat dalam kegiatan bisnis adalah untuk memberikan bimbingan yang diharapkan oleh komunitas Muslim dan semua orang pada umumnya. Karena keadaan saat ini menghalanginya untuk melindungi dan mengamankan kepentingannya sendiri secara memadai, hukum Islam mengharuskan pemeluknya untuk memberikan pertimbangan kepada orang lain. Firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 280:

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ^{قُلْ} وَإِنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

⁴⁷ Ahmad Syafiq, "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam."

Artinya: “Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu Mengetahui”.

- 3) Memahami Allah dan Prioritas-Nya. Setiap Muslim disarankan untuk selalu mengakui Allah, bahkan mungkin dalam doa, saat melakukan aktivitas mereka. Sehubungan dengan prioritas yang telah ditetapkan oleh wakil raja, orang tersebut secara konsisten waspada dan tanggap. Setiap strategi bisnis harus sejalan dengan moralitas dan prinsip-prinsip fundamental yang digariskan dalam Al-Qur'an. Karena satu-satunya tujuan manusia dalam hidup adalah untuk beribadah kepada Allah,, firman Allah dalam dalam surat Ar-Ra"d ayat 36:

وَالَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَفْرَحُونَ بِمَا أُنزِلَ إِلَيْكَ وَمِنَ الْأَحْزَابِ مَنْ يُنْكِرُ
بَعْضَهُ قُلْ إِنَّمَا أُمِرْتُ أَنْ أَعْبُدَ اللَّهَ وَلَا أُشْرِكَ بِهِ إِلَيْهِ أَدْعُوا وَإِلَيْهِ مَابِ

Artinya: “Orang-orang yang Telah kami berikan Kitab kepada mereka bergembira dengan Kitab yang diturunkan kepadamu, dan di antara golongan-golongan (Yahudi dan Nasrani) yang bersekutu, ada yang mengingkari sebahagiannya. Katakanlah "Sesungguhnya Aku Hanya diperintah untuk menyembah Allah dan tidak mempersekutukan sesuatupun dengan Dia. Hanya kepada-Nya Aku seru (manusia) dan Hanya kepada-Nya Aku kembali”

7. Ketentuan Bisnis Dalam Islam

Islam telah aktif terlibat dalam perdagangan dunia sejak awal, baik di dalam negeri maupun internasional. Selain itu, Nabi Muhammad SAW telah menghabiskan waktu yang lama di bidang ini dan telah memberikan contoh bagaimana menjadi pebisnis yang sukses. Adat Islam yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW sering dibahas dan diajarkan, baik oleh komunitas Muslim maupun non-Muslim. Bisnis Islam dipahami dan didasarkan pada ajaran yang terdapat dalam Suci Al Qur'an dan Al Hadits., antara lain:⁴⁸

⁴⁸ Fernando Gertum Becker et al., “Etika Bisnis Suatu Pendekatan Dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders Budi,” *Syria Studies* 7, no. 1 (2015): 37–72,

- a. Tidak mengandung unsur riba.
- b. Tidak ada barang yang dilarang, halal, atau jelas dalam suatu transaksi.
- c. Tidak mengandung pengaruh negatif terhadap masyarakat umum (seperti pornografi, penjualan barang ilegal, dan kemerosotan ekonomi masyarakat).
- d. Tidak mengandung persuasi perjudian, spekulasi, atau penipuan
- e. Dilakukan tanpa provokasi apapun
- f. Tidak melanggar ketentuan perundang-undangan yang berkaitan dengan perdagangan barang, seperti: melanggar timbangan, menjual barang yang sudah kedaluwarsa, membeli barang untuk konsumsi segera, membeli barang untuk acara-acara khusus, menjual barang dengan harga yang lebih tinggi dari rata-rata, menghalangi orang untuk menjual barang di pasar, dan membeli barang yang telah dibeli oleh orang lain yang setidaknya setua Anda.

Jika hasil bisnis dianggap sesuai dengan tujuannya, bisnis itu akan memberikan atau menyebabkan beberapa keberkahan. sebagai berikut :

- a) Dikeluarkan zakatnya.
- b) Dikeluarkan untuk kepentingan sodakoh dalam bentuk sumbangan sosial.
- c) Dikeluarkan untuk kepentingan wakaf dalam bentuk amal jariah.

8. Fungsi Etika Bisnis Dalam Islam Etika bisnis Islam

Pastikan bahwa setiap tindakan yang diambil sesuai dengan ajaran Islam. Di awal ada fungsi khusus untuk praktik bisnis Islam. Islam memiliki strategi bisnis yang spesifik. yaitu sebagai berikut: ⁴⁹

https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625.

⁴⁹ Muthmainnah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh," No. 2 (2019): 1–13.

- Bisnis Etika terus mencari cara untuk mengatasi berbagai masalah terkait bisnis.
- Bisnis Etika juga memiliki kekuatan untuk secara konsisten melakukan pembaruan kesadaran bagi masyarakat umum tentang bisnis, khususnya bisnis syariah. Metode tipikal adalah untuk memberikan beberapa pengetahuan dan menyajikan perspektif baru tentang bisnis melalui penggunaan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas.
- Etika bisnis berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai masalah bisnis modern yang tertinggal dari nilai-nilai etika. Menurut sistem kepercayaan, bisnis yang dijalankan oleh perempuan harus berakar kuat pada Al-Qur'an dan As-Sunnah..

9. Manfaat Bisnis Islam

Etika bisnis Islam memiliki fungsi substantif yang membantu pelaku bisnis dalam mencapai tujuan mereka, diantaranya yaitu: ⁵⁰

- 1) Praktik bisnis Islami merupakan landasan hukum dalam hal tanggung jawab bagi pemilik bisnis, terutama untuk diri mereka sendiri, di antara komunitas bisnis, masyarakat umum, dan di mana pun karena semuanya milik Allah SWT.
- 2) Praktik bisnis Islami dipandang sebagai bentuk dokumentasi hukum yang dapat dikomunikasikan kepada otoritas terkait jika terjadi permintaan informasi secara tiba-tiba.
- 3) Etika bisnis Islami dapat memberikan kontribusi terhadap banyaknya konflik interpersonal yang muncul antara pemilik bisnis dengan masyarakat sekitar

⁵⁰ dan Devi Maulidya, Kosim, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor," *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 11, no. 2 (2019): 226.

tempat mereka berbisnis. Sesuatu yang bisa mengarah pada persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama di antara mereka.

2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Satu-satunya penelitian berkelanjutan yang relevan adalah untuk memperoleh informasi tentang hasil penelitian dalam kaitannya dengan penelitian sebelumnya yang terkait dengan jenis yang sama. Banyak karya sastra memiliki diskusi tentang kualitas yang umum seperti berikut ini:

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Bernard Hasibuan, Lisa Ratnasari,2021.	Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Kualitas Musik Studio Menggunakan Metode Servqual	Persepsi responden terhadap tingkat kepuasan dan pelayanan jasa belum baik, dalam semua atrat, upaya - upaya yang dilakukan di studio music studio untuk meningkatkan kepuasan bagi para pelanggannya yaitu dengan menanggapi keluhan- keluhan para konsumen ⁵¹
2.	Lilit Biati, Yoga Try Andika,2021.	Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Versus Pelanggan Di Ud. Diva Sejahtera Blokagung Banyuwangi	Sedangkan Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam keduanya memiliki pengaruh terhadap subjek minat berwirausaha dengan nilai thitung > ttabel, keduanya memiliki pengaruh secara simultan terhadap subjek kepuasan pelanggan dengan nilai Fhitung > Ftabel. ⁵²
3.	Femila Putri,2019	Penerapan Praktik Bisnis Beretika Tentang	Promosi penjualan di Samsung Experience

⁵¹ Hasibuan and Ratnasari, "Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Musik Studio Dengan Metode Servqual."2021

⁵² Lilit Biati1, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ud. Diva Sejahtera Blokagung Banyuwangi."2021: 63-63

		Pengalihan Konsumen Sesuai Syariah	Store telah menyelesaikan jaminan pemasaran terkait bisnis mereka, keluhan konsumen pada taktik promosi penjualan didasarkan pada tiga kriteria: kesetiaan, keluhan, dan partisipasi. Menerapkan teori ekonomi Islam dalam bisnis memiliki hubungan yang sangat kuat dengan Islam. ⁵³
4.	Trisya Muliati, Faizal Nurmatias	Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Perhatian pada Konsumen Pada Restoran Dr. Nia Baker Seafood N Steak House di Kota Dumai	Praktik bisnis terkait Islam adalah positif dan tidak memiliki dampak nyata pada perilaku konsumen. Kualitas Layanan Pelanggan Restoran Dr. Nia Berdampak Positif Bagi Konsumen Muslim. Di restoran Dr. Nia Bakery Seafood N Steak House, etika bisnis Islami dan kualitas produk bekerja sama untuk memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan.
5.	Muthmainnah	Peunayong Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang	Para pedagang belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islami. Selain itu, pengalaman pembeli agak menegangkan, membuat kenyamanan yang diharapkan sulit dicapai saat membeli barang tertentu. Hanya beberapa prinsip bisnis Islam yang diterapkan di lokasi

⁵³ Putri, *Implementasi Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus: Sales Promotion Pada Samsung Experience Store Mall Pekanbaru).*, 2019.

			lain yang sejalan dengan ajaran Islam, seperti yang menekankan doa kepada Allah dan kejujuran saat menawarkan barang yang dijual. ⁵⁴
--	--	--	---

Sumber: Jurnal skripsi

Dalam penelitian ini peneliti memaparkan 5 penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan di teliti tentang peran kualitas pelayanan di Toko Imron Sukolilo Jabung dalam meningkatkan kepuasan konsumen berdasarkan kepuasan konsumen. Dari penelitian diatas maka ditemukan persamaan sebagai berikut :

Terdapat persamaan pada penerapan prinsip etika bisnis islam,dan juga mengutamakan peningkatan kepuasan konsumen.

Sedangkan perbedaan pada penelitian sebelumnya adalah:

Pada penelitian sebelumnya kebanyakan hasilnya menggunakan variabel dalam tolak ukurnya sedangkan penelitian ini menggunakan wawancara.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan bukti-bukti tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang dapat memberikan dorongan kepada penerima pelayanan harus diperhatikan agar dapat meningkatkan jumlah pelayanan yang bermutu tinggi. Hal ini dapat diselesaikan dengan melakukan berbagai tugas layanan, dari prosedur layanan hingga kebutuhan klien layanan. Oleh karena itu, kelemahan, kecepatan, kemudahan, dan harga barang yang murah merupakan beberapa faktor terpenting dalam suatu pelayanan yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan pelanggan.

⁵⁴ Muthmainnah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh.",2019.

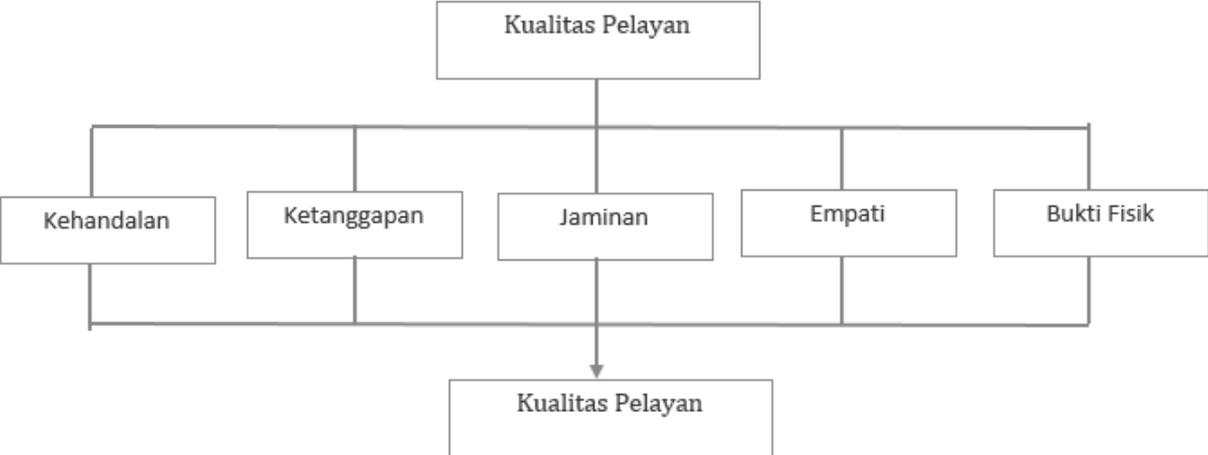
Tingkat pelayanan konsumen yang baik yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen akan mampu memberikan bantuan atas permasalahannya. Dan pengalaman konsumen merupakan hasil dari mempekerjakan seorang ahli pelayanan yang berkompeten dan kualitasnya sesuai dengan harapan konsumen..

Setiap perusahaan harus fokus pada bagaimana meningkatkan jumlah pendapatan jangka panjang yang stabil dan dapat diandalkan ketika melaksanakan program. Ini adalah situasi yang mengkhawatirkan karena, menurut teori, tujuan utama dari setiap bisnis adalah untuk mencapai profitabilitas untuk barang dan jasa bernilai tinggi..

Saat memeriksa banyak faktor, apa sebenarnya yang memengaruhi kualitas bisnis? Khusus untuk sektor ekonomi yang berwawasan konsumen, penulis mempelajari bahwa sejumlah indikator kualitas operasi bisnis atau organisasi, seperti atribut fisik seperti kekuatan, ketangkasan, dan keuletan, serta faktor-faktor lain seperti kehandalan dan ketanggapan, termasuk jaminan dan empati. Padahal suatu saat nanti, faktor-faktor tersebut di atas akan sangat mempengaruhi kecenderungan masyarakat atau konsumen untuk melakukan pembelian dari bisnis atau barang yang kita kejar. Keberhasilan setiap bisnis akan tergantung pada jenis kebijakan layanan pelanggan yang ditawarkan kepada pelanggan. Semakin tinggi standar pelayanan yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula standar kebencian atau ketidakpuasan konsumen terhadap barang atau jasa yang kita berikan..

Untuk lebih menjelaskan temuan penelitian ini, penulis memberikan ringkasan pemikiran yang dapat dengan mudah dibaca dari naskah yang bersangkutan dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Bagan 1 Kerangka Konseptual



Sumber: di olah dari berbagai sumber

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Jenis data utama yang digunakan dalam pendekatan penelitian ini adalah data kualitatif, dengan mengandalkan hasil wawancara di Toko Imron Sukolilo Jabung. Penelitian dalam arsip ini terdiri dari data wawancara dan dokumen terkait lainnya. Tujuan metode ini adalah untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data berdasarkan hash mark dari wawancara dan sumber lain yang dapat memberikan indikasi yang jelas tentang objek yang sedang dipelajari, kemudian mengolah dan mengolah hasilnya untuk menghasilkan sebuah kesimpulan..⁵⁵

Karena pertanyaan seperti "apa, mengapa, dan bagaimana" sering ditanyakan, fokus proposal penelitian kualitatif adalah deskripsi padang rumput yang jelas dan akurat. Namun jenis analisis yang digunakan disebut empiris. Ketika seseorang membutuhkan informasi spesifik dari data yang berasal dari database. Dimana statistik tersebut dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dari lokasi kunci. Untuk memastikan bahwa data yang tersedia dapat dianalisis secara akurat.

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan disebut penelitian lapangan atau studi kasus, yaitu penelitian yang dilakukan secara mendalam, cermat, dan berkaitan dengan objek tertentu sekaligus mengajarkannya untuk dipahami sebagai kasus tertentu dengan pedoman yang jelas. Jenis penelitian kualitatif ini menitikberatkan pada desk summary yang jelas dan rinci untuk menjawab pertanyaan "apa, mengapa,

⁵⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal.14

dan bagaimana”. Namun jenis analisis yang digunakan disebut empiris. Dimana peneliti mencari informasi spesifik dari data yang berasal dari lapangan. Dimana statistik tersebut diperoleh dari lokasi kejadian dengan observasi dan wawancara. Untuk memastikan bahwa data yang tersedia dapat dianalisis dengan benar.

3.2 Tahapan Penelitian

Menurut Moleong ada tiga tahapan pokok dalam penelitian kualitatif antara lain :⁵⁶

1. Tahap pra lapangan, yaitu Orientasi meliputi strategi fokus, pergeseran paradigma teori dan disiplin akademik, dan penjajakan dalam konteks kajian Toko Imron Sukolilo Jabung. Penyusunan proposal penelitian kemudian dilanjutkan dengan menginstruksikan subyek penelitian untuk membimbing perizinannya.
2. Tahap kegiatan lapangan, Tahap ini mengumpulkan data-data yang terkait dengan fokus penelitian yaitu tentang peran kualitas pelayanan di Toko Imron Sukolilo Jabung dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Indikator kualitas pekerjaan yang dilakukan akan memberikan petunjuk yang jelas tentang bagaimana meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap toko yang bersangkutan.
3. Tahap Analisis Data, Tahap ini meliputi kegiatan Mengolah dan Mengorganisir data yang Diperoleh melalui Wawancara Mendalam dan Dokumentasi, Wawancara Mendalam dan Dokumentasi, selain itu dilakukan Data sesuai Konteks Permasalahan yang diselidiki. Sebagai langkah terakhir, validasi data dilakukan dengan menggunakan metode dan kumpulan data yang digunakan untuk memvalidasi data sebagai valid, mengotentikasi data sebagai dasar pengambilan keputusan tentang pembelian barang atau jasa, atau untuk

⁵⁶, Lexy J Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.

melakukan afsiran data, yang merupakan proses yaitu dalam memahami konteks penelitian yang sedang dievaluasi..

4. Tahap penulisan laporan, Tabulasi ini mencakup semua kegiatan yang berkaitan dengan data mulai dari pengumpulan data hingga kegiatan penyusunan hasil penelitian. Setelah itu konsultasikan dengan dosen pembimbing untuk mendapatkan masukan sebagai perbaikan yang lebih layak sehingga Anda dapat lebih memahami hasil penelitian Anda dengan lebih jelas.

3.3 Fokus Penelitian dan Kehadiran Peneliti

3.3.1 Fokus Penelitian

Metodologi kualitatif digunakan dalam esai ini, yaitu penelitian yang mengembangkan narasi atau deskriptif. Indikator kualitas. Penelitian kualitatif adalah proses pencarian data untuk mengetahui masalah sosial yang didasarkan pada penelitian yang menyeluruh (*holistik*), dibentuk oleh kata-kata, dan diperoleh dari situasi yang aman..

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami atau mencari informasi mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Imron Sukolilo Jabung agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, Toko Imron Sukolilo Jabung ditanya bagaimana kualitas layanan pelanggannya berkontribusi pada tujuan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penggunaan etika bisnis Islami. Mereka juga ditanya bagaimana Toko Imron Sukolilo Jabung menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis tersebut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

3.3.2 Kehadiran Peneliti

Studi saat ini menggunakan pendekatan kualitatif, membuat perlakuan subjek dalam analisis akhir menjadi sangat penting dan perlu dengan cara yang terbaik. Mengingat bahwa peserta adalah instrumen penting dalam penelitian kualitatif,

memastikan kerahasiaan peserta adalah langkah penting.⁵⁷

Tingkat kepercayaan pengelola toko yang tinggi, khususnya kepala toko kepada peneliti, sangat dibutuhkan dan dapat membantu dalam proses penelitian, sehingga data yang dibutuhkan dapat segera ditangani dengan mudah dan lengkap. Oleh karena itu, siswa harus lebih teliti mempersiapkan diri sebelum memasuki kelas dengan mungkin menekankan moralitas, nilai, dan etika. Peneliti melakukan hal-hal sebagai berikut selama di lokasi penelitian, yakni:

- a. Kemungkinannya antara lain memahami perilaku, sikap, gerak gerik, dan cara berbicara yang tenang dan tidak konfrontatif untuk mencapai luwes, sederhana, ramah, dan bisnis yang berjalan semulus mungkin. Selain itu subjek telah bekerja sesuai dengan sistem, tata prosedur, dan operasional subyek penelitian. Khususnya dalam pendataan, peneliti harus bisa berkomunikasi dengan banyak informan, seperti pengelola toko, kasir, dan konsumen sehari-hari..
- b. Peneliti harus dapat menjaga hubungan kerja yang baik dengan pelapor sehingga pelapor dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan pertanyaan penyidik secara jelas dan menyeluruh..
- c. Menurut pemahaman antara informan dan subjek, subjek tidak berusaha memastikan identitas informan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan induk toko online dengan meningkatkan daya beli konsumen dan meningkatkan kualitas layanan dan produknya, sehingga informasi yang diberikan menjadi objektif. Peneliti dalam artikel ini akan bekerja untuk mengumpulkan informasi tentang kualitas produk dan layanan Toko Agen Imron dalam rangka meningkatkan kemauan konsumen Muslim lokal untuk membeli barang. Peran peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai pengamat

⁵⁷ MN Ningtyas, "Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian," *Metode Penelitian*, no. c (2014): 32-41.

partisipan untuk mengharapkan informasi yang terkumpul benar-benar sesuai dan terjamin keabsahannya. Sebagai contoh, adalah tanggung jawab informan untuk mengidentifikasi korban sebagai korban. Peneliti akan memulai dengan berbicara dengan pengelola Toko Imron Sukolilo Jabung tentang ketentuan penelitian, dan kemudian mereka akan pindah ke lokasi penelitian di toko tersebut..

3.4 Lokasi dan Obyek Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi yang lebih jelas, lebih komprehensif yang akan memungkinkan dan memudahkan peserta untuk melakukan penelitian observasional. Oleh karena itu, penulis menegaskan kembali bahwa lokasi wawancara akan berubah menjadi lokasi wawancara akan dimulai. Dalam hal ini, wawancara berlokasi di Jalan Sukolilo Jabung, yang masih ada setelah tarik tambang. Penelitian saat ini akan dilakukan antara bulan April dan Juni 2022.

3.5 Sumber Data dan Jenis Data

1.5.1 Sumber Data

Titik pengumpulan data yang ditonjolkan dalam tulisan adalah sumber data yang dapat diakses. Dua set data yang dipakai dalam analisis, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang secara terus menerus memberikan informasi kepada konsumen data. Data tentang kualitas layanan yang diberikan dan alasan mengapa pelanggan melakukan pembelian diberikan kepada penyidik. Sebagai sumber informasi pertama dalam penelitian ini, Bapak H. Imron menjabat sebagai pejabat utama Toko Imron Sukolilo Jabung, bersama dengan tiga Karyawan dan beberapa pelanggan yang diidentifikasi tidak jujur..

2. Sumber Data Sekunder

Data dari sumber kedua digunakan untuk membuat sumber data sekunder. Selain itu, dimungkinkan untuk menyatakan bahwa data orde kedua terdiri dari produk sampingan atau data yang berfungsi sebagai keseluruhan kumpulan data primer. Sumber informasi utama dalam penelitian ini adalah buku. Buku terakhir yang berkaitan dengan masalah yang dibahas di atas adalah buku tentang strategi bisnis. Strategi Pemasaran, Perilaku Konsumen, dan Etiket Bisnis.

1.5.2 Jenis Data

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif berbasis meja, menggunakan informasi yang disamakan dari kata-kata dan gambar daripada simbol. Metode penelitian kuantitatif disebut penelitian kualitatif, dan melibatkan pengumpulan data dalam bentuk suku kata deskriptif dari orang-orang dan bahan-bahan yang dikumpulkan sebelumnya.⁵⁸

Selain itu, tulisan deskriptif adalah jenis tulisan yang digunakan untuk menggambarkan atau menggambarkan fenomena yang ada, baik yang berkaitan dengan alam maupun dengan manusia. Setiap tujuan dari tim peneliti adalah untuk membuat dokumen yang sistematis, akurat, dan dapat digunakan yang berisi fakta-fakta dan pengukuran yang tepat dari populasi atau wilayah yang relevan.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengertian teknik pengumpulan data, menurut pendapat Arikunto, adalah cara-cara yang dapat diberikan oleh untuk membuat data, di mana cara tersebut menunjukkan pada suatu yang abstrak, tidak dapat di wujudkan dalam benda yang kasat mata,

⁵⁸ Kurniawan Candra Sugiyono Guzman and Working Oktarina, Nina Paper, "Bab Iii Metode Penelitian Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2008)," *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 1 (2018): 335–336.

- a. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mendorong peserta untuk pergi ke sela-sela dan menganalisis masalah yang berkaitan dengan tempat, waktu, orang, kegiatan, peristiwa, musim, tujuan, dan hasil. Objek yang diamati adalah Toko Imron Sukolilo Jabung.
- b. Wawancara adalah wawancara dengan fokus tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara bertindak sebagai subjek pertanyaan dan yang diwawancarai bertindak sebagai subjek tanggapan. Berikut ini adalah dari esai yang kemudian dikenal sebagai Wawancara Sumber Penelitian:

Tabel 2 Informan Yang Di Wawancara

No	Informan	Tugas
1.	H imron	Kepala toko
2	Ibu indah	Kasir
3	Dwi aqidatul laili	Pelayan
4	Nurul mukaromah	Konsumen
5	Anis nadia	Konsumen

Sumber: anggota yang di wawancara

- c. Dokumentasi adalah proses pengumpulan informasi yang mengidentifikasi rincian kunci yang terkait dengan masalah yang ditangani, sehingga informasi yang digunakan akan menyeluruh, akurat, dan tidak hanya berdasarkan spekulasi. Rangkuman soal merupakan kata-kata atau tindakan yang telah dipahami atau disampaikan oleh subjek. Sumber tersebut di atas dapat diucapkan, diarahkan, dan, jika perlu, diilustrasikan. Kemudian, ringkasan data diperoleh dari dokumen yang diberikan oleh kepala toko Imron..

2.4 Teknik Analisis Data

Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi tema dan hipotesis

dari karya yang telah ditransformasikan ke dalam kategori, kategori, atau variabel yang dapat digunakan untuk mengembangkan teori yang dibuktikan..⁵⁹

Sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan saat mendeskripsikan masalah, sebelum kembali ke lapangan, serta sampai dengan kesimpulan dari temuan penelitian, dilakukan analisis data kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif lapangan. Dalam penelitian ini, tiga teknik analisis data digunakan, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data termasuk dalam kategori pekerjaan analisis data. Data yang berupa catatan lapangan (*filed notes*) jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang penting, dan dicari tema polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.¹¹

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, apabila peneliti dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang di pandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru hal tersebut yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.

2. Display Data

Hasil redaksi akan disajikan dengan cara yang paling tepat untuk setiap

⁵⁹ Denniye Hinestroza, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *مجلة جامعة كركوك للدراسات الانسانية* 7 (2018): 1-25.

kategori, fokus, dan subjek yang sulit dipahami dan dikaitkan dengan kasus individu. Memanfaatkan data tampilan dapat memungkinkan pengguna untuk melihat berbagai gambar atau hasil yang relevan dari analisis mereka. Dalam analisis kualitatif, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai format, antara lain singkat, bagan, kategori-lintas-kategori, diagram alur, dan sejenisnya. Namun, teks naratif merupakan salah satu jenis format yang sering digunakan untuk mengumpulkan data untuk analisis kualitatif.

3. Penarikan Kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman, langkah keempat dan terakhir dalam analisis data kualitatif adalah melakukan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan Awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data ulangnya. Dengan cara ini, hasil penelitian kualitatif mungkin dapat menjelaskan masalah yang telah diangkat sejak awal, tetapi mereka mungkin juga tidak dapat melakukannya, karena seperti yang telah disebutkan sebelumnya, hasil penelitian kualitatif kemungkinan akan berubah setelah tim peneliti mencapai kesimpulan.

2.5 Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan uji triangulasi untuk memeriksa keabsahan data mengenai “Peran Kualitas Pelayanan Di Toko Agen Imron Sukolilo Jabung Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Etika Bisnis Islam” berdasarkan data yang sudah terkumpul, selanjutnya ditempuh beberapa teknik keabsahan data yang meliputi: triangulasi, dependabilitas, dan konfirmabilitas adapun perincian dari teknik diatas adalah

sebagai berikut:⁶⁰

a. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini disebut sebagai pengumpulan data dari berbagai sumber dalam berbagai cara dan dalam berbagai waktu. Teknik-teknik ini termasuk triangulasi waktu, triangulasi data, dan triangulasi jumlah uang. Namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua triangulasi yaitu triangulasi total dan triangulasi teknik..

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk mengidentifikasi pelanggaran data dilakukan dengan melihat data yang telah diproses melalui sejumlah sumber. Pengumpulan dan pengujian data dilakukan kepada toko, karyawan dan konsumen untuk menguji kredibilitas data tentang "Peran Kualitas Pelayanan Di Toko Imron Sukolilo Jabung Untuk meningkatkan tujuan Konsumen Berdasarkan Etika Bisnis Islam." Data dari empat ringkasan akan didekode, diklasifikasikan, dan diidentifikasi dengan pola umum, khas, dan spesifik di antara empat ringkasan..

2) Triangulasi Teknik

Teknik triangulasi untuk menentukan kredibilitas data dilakukan dengan cara mengirimkan data ke penerima yang menggunakan teknik yang berbeda dengan yang ditriangulasi. Dalam hal ini penyidik menggunakan pengecekan tersebut untuk melakukan observasi, membuat dokumen kerja, dan mengumpulkan informasi..

⁶⁰ RA Sihombing, "Metode Penelitian Metode Penelitian," *Metode Penelitian Kualitatif*, no. 17 (2017): 43.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Muqaffi. "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota Di Koperasi Kanindo Syari'Ah Cabang Dau Malang Jawa Timur" *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* (2020).
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6636>.
- Agusti, Metta Ehda. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Customer Retention (Studi Pada Pt Bprs Adam Kota Bengkulu)" (2019).
- Ahmad Syafiq. "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam." *El-Faqih : Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam* 5, no. 1 (2019): 96–113.
- Ahwal, Jurusan, and A L Syakhshiyah. *Fakultas Syari ' Ah. Hukum Acara Peradilan Agama*, 2011.
- Aziz, Abdul, M Ag, Kata Pengantar, and Prof H Maksum Mukhtar. *Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, 2013.
- Becker, Fernando Gertum, Michelle Cleary, R M Team, Helge Holtermann, Disclaimer The, National Agenda, Political Science, et al. "Etika Bisnis Suatu Pendekatan Dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders Budi." *Syria Studies* 7, no. 1 (2015): 37–72.
https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civil_wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625.
- Budiarti, novi yulia. "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pt. Toyota Hadji Kalla Kota Parepare." *Sustainability (Switzerland)* 4, no. 1 (2020): 1–9. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884->

z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article.

Dr. Indrasari, Meithiana. *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*.

Press@unitomo.Ac.Id, 2019.

Gresik, PT Petrokimia. "Pedoman Etika Bisnis & Etika Kerja." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2017): 21–25.

<http://www.elsevier.com/locate/scp>.

Hasibuan, Bernard, and Lisa Ratnasari. "Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Musik Studio Dengan Metode Servqual." *Jurnal Teknologi dan Manajemen* 19, no. 2 (August 28, 2021): 59–62.

Hinestroza, Denniye. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." *مجلة جامعة كركوك للدراسات الانسانية* 25–1 : (2018) 7.

Lilit Biati¹, Yoga Try Andika². "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ud. Diva Sejahtera Blokagung Banyuwangi" (2021): 63–63.

Maulidya, Kosim, dan Devi. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor." *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 11, no. 2 (2019): 226.

Muliati, Trisya, and Faizal Nurmatias. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House Di Kota Dumai." *Jurnal Al-Hisbah* 2, no. 3 (2021): 1–15.

Muthmainnah. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh," no. 2 (2019): 1–13.

Muttaqin, Rizal. "Pertumbuhan Ekonomi Dalam Perspektif Islam." *MARO: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 1, no. 2 (2018): 117–122.

- Ningtyas, MN. "Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian." *Metode Penelitian*, no. c (2014): 32–41.
- Nur, Zainuddin. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perdana Swalayan Medan (Studi Kasus Tentang Produk Dan Pelayanan Berbasis Nilai-Nilai Syariah)." *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara* (2016): 1–108. http://repository.uinsu.ac.id/1529/1/ZAINUDDIN_NUR.pdf.
- Palopo, Iain, and Putri Pramadita. "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pegadaian Syariah Cabang Kota Palopo" (2021).
- Patel. "IAIN Kudus" (2019): 9–25.
- Purwana, Agung Eko. "Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Justicia Islamica* 11, no. 1 (2014).
- Putri, Femila. *Implementasi Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus: Sales Promotion Pada Samsung Experience Store Mall Pekanbaru)*, 2019.
- Rahmandika, Yoan Fauzia, Listyowati Puji, and Hari Purwanto. "Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 8, no. 1 (2020).
- Rapsan Kuku, Supandi Rahman, and Andi Mardiana. "Peran Pelayanan Dalam Peningkatn Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Joglo Ijo Kota Gorontalo." *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)* 1, No. 1 (2020): 12–21.
- Sakarya, T H E, And Journal Of. "Pengaruh Etika Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Penguatan Tarif Transportasi Jasa Grab Di Kota Makassar Skripsi" 7, no. 2 (2018): 44–68.
- Sihombing, RA. "Metode Penelitian Metode Penelitian." *Metode Penelitian Kualitatif*, no. 17 (2017): 43.

- Sugiyono Guzman, Kurniawan Candra, and Working Oktarina, Nina Paper. "BAB III Metode Penelitian Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2008)." *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 1 (2018): 335–336.
- Thursina, Zaki Fuad, and Hafidhah. "Thursina, Zaki Fuad, Hafidhah | Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam." *JIMEBIS: Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business* 1, no. 2 (2020): 52–67.
- Tim May, Malcolm Williams, Richard Wiggins, and Prof. Alan Bryman. "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Bagi Hasil Di Bmt Surya Abadi Jenangan Ponorogo," no. 1996 (2021): 6.
- Utama, I Dewa Agung Gede Adi, and Anak Agung Gede Agung Artha Kusuma. "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8, no. 11 (2019).

LAMPIRAN

PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA KEPADA TOKO IMRON SUKOLILO

JABUNG

Nama : H. Muhammad Imron

Tempat : Toko Imron Sukolilo Jabung

Tanggal : Minggu,3 Juli 2022

Waktu : 09.30-11.30

1. Bagaimana awal berdirinya Toko Imron Sukolilo Jabung ?
2. Bagaimana budaya kerja yang di terapkan di Toko Imron Sukolilo Jabung ini?
3. Apa saja kebijakan mutu dan sasaran mutu yang di berikan di Toko Imron Sukolilo Jabung ini?
4. Bagaimana struktur organisasi di Toko Imron Sukolilo Jabung ini lalu siapa dan seperti apa tugas yang mereka kerjakan?
5. Apa saja yang di jual pada Toko Imron Sukolilo Jabung ini?
6. Bagaimana standar pelayanan yang di terapkan oleh Toko Imron Sukolilo Jabung ?
7. Apakah ada ketentuan khusus yang di dalamnya mencantumkan etika bisnis islam ?
8. Bagaimana perkembangan Toko Imron Sukolilo Jabung dalam menerapkan pelayanan sesuai dengan etika bisnis Islam?
9. Apakah barang atau produk yang di jual memiliki jenis pengelompokan seperti *food* dan *non food* ?
10. Apakah konsumen Toko Imron Sukolilo Jabung hanya dilingkup Desa Sukoilo?

**PEDOMAN WAWANCARA KEPADA PADA KONSUMEN TOKO IMRON SUKOLILO
JABUNG**

1. Bagaimana cara Toko Imron Sukolilo Jabung dalam memberikan pelayanan kepada konsumen?
2. Apa alasan anda memilih Toko Imron Sukolilo Jabung sebagai tempat berbelanja?
3. Apakah karyawan di sana sudah sangat membantu konsumen dalam berbelanja?
4. Bagaimana sistem jual beli di Toko Imron Sukolilo Jabung apakah sudah sesuai dengan aturan islam ?
5. Apakah anda puas berbelanja di Toko Imron Sukolilo Jabung ini ?
6. Bagaimana Toko Imron Sukolilo Jabung ini menurut anda, dari segi fisiknya?
7. Bagaimana ketanggapan para karyawan terhadap konsumen Toko Imron Sukolilo Jabung ?
8. Apa yang memotivasi anda untuk menjadi pelanggan di Toko Imron Sukolilo Jabung ini ?
9. Bagaimana penampilan dan sikap karyawan terhadap konsumen Toko Imron Sukolilo Jabung ?
10. Apakah Toko Imron Sukolilo Jabung ini sudah menerapkan etika bisnis islam di dalamnya ?

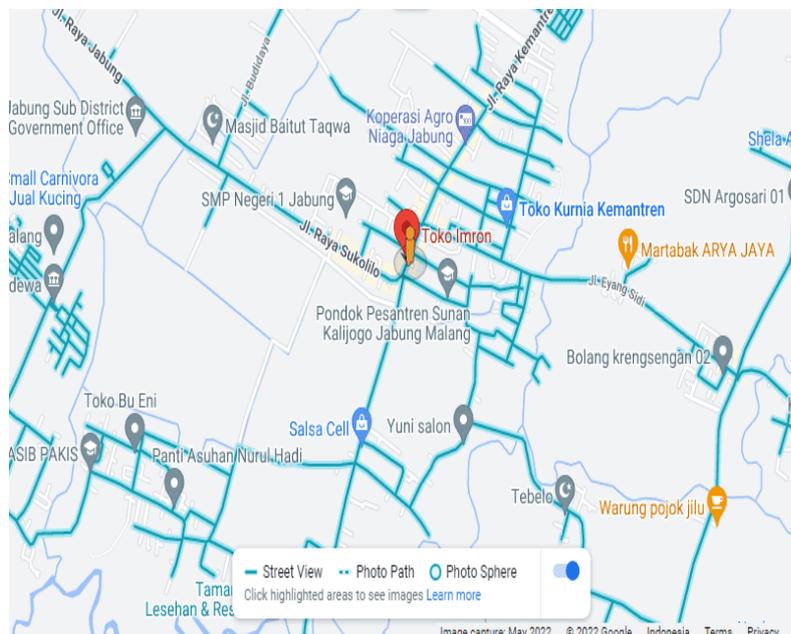
Lampiran 3 Hasil Dokumentasi Pada Toko Imron Sukolilo Jabung

Gambar 1 Toko Imron Sukolilo Jabung



Sumber: Toko Imron Sukolilo Jabung

Gambar 2 Google Maps Lokasi Toko Imron Sukolilo Jabung



Sumber: google maps

Gambar 3 Produk Yang Di Jual Toko Imron Sukolilo Jabung



Sumber: Toko Imron Sukolilo Jabung, (2022).

Gambar 4 produk yang di jual Toko Imron Sukolilo Jabung



Sumber: Toko Imron Sukolilo Jabung,(2022)

Gambar 5 Konsumen Berbelanja Pada Toko Imron Sukolilo Jabung



Sumber: Toko Imron Sukolilo Jabung

Gambar 6 Kegiatan Transaksi Setelah Berbelanja



Sumber: Toko Imron Sukolilo Jabung

Gambar 7 Pembayaran Atau Penotalan Yang Di Lakukan Di Kasir



Sumber: Toko Imron Sukolilo Jabung

Gambar 8 Pengemasan Belanjaan Konsumen



Sumber: Toko Imron Sukolilo Jabung

Gambar 9 Pengecekan Barang Konsumen Yang Telah Di Beli



Sumber: Toko Imron Sukolilo Jabung,(2022)

Gambar 10 Gudang Barang Toko Imron



Sumber: Toko Imron Sukolilo Jabung

Gambar 11 Stok Barang



Sumber: Toko Imron Sukolilo Jabung,(2022)

Gambar 12 Tempat Penyimpanan Stok Barang



Sumber: Toko Imron Sukolilo Jabung