

**PENERAPAN ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS KONSMEN
PADA TOKO EL-AQSHO MART DESA PAKEM
KECAMATAN PAKEM KABUPATEN BONDOWOSO**



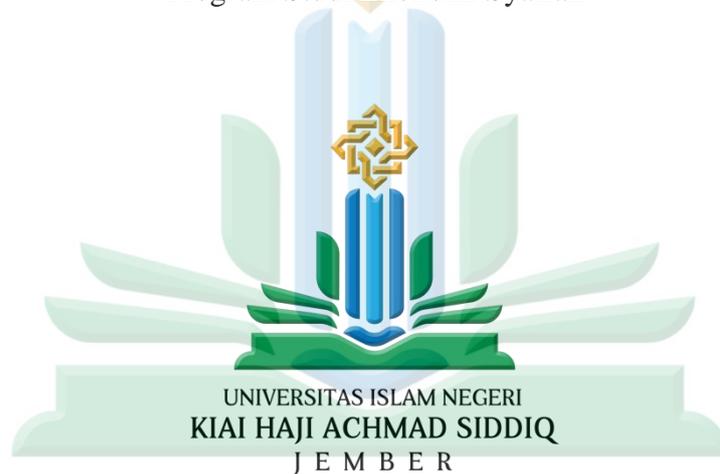
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Oleh :
Prayudi
NIIM: E20192212
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2025**

**PENERAPAN ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN
PADA TOKO EL-AQSHO MART DESA PAKEM
KECAMATAN PAKEM KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:
Prayudi
NIM : E20192212

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2025**

**PENERAPAN ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN
PADA TOKO EL-AQSHO MART DESA PAKEM
KECAMATAN PAKEM KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

Prayudi
NIM : E20192212
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing

Nadia Azalia Putri, M.M.
NIP. 199403042019032019

**PENERAPAN ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN
PADA TOKO EL-AQSHO MART DESA PAKEM
KECAMATAN PAKEM KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

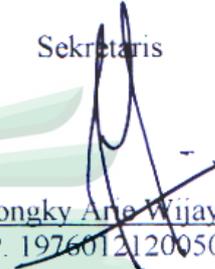
Hari : Kamis

Tanggal : 20 Maret 2025

Ketua

Sekretaris


Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak.
NIP. 198803012018012001


Dr. Pongky Arje Wijaya, M.M.
NIP. 197601212005011005

Anggota: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

1. Dr. Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E. 

2. Nadia Azalia Putri, M.M. 

Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaillah, M. Ag.
NIP. 196808072000031001

MOTTO

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

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa ayat 29).¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Maryam: Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 150.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya ucapkan rasa syukur atas berkat rahmat, dan hidayah dari Allah SWT. Tak lupa sholawat serta salam kita curahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Saya persembahkan karya tulis ini kepada :

1. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi, (Bapak Parmanto dan Ibu Yuliatin) yang sudah merawat dan mendidik saya dari sejak kecil dengan sabar hingga bisa mencapai titik ini. Kepada kedua mertua saya (Bapak Hasan Ashari dan Ibu Siti Hatimah) yang telah ikut serta mendukung dan memotivasi saya.
2. Tidak lupa kepada istri saya tercinta (Ita Kamelia) yang selalu mendampingi, mendukung serta membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Alamamater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tercinta. Dan seluruh dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa meluangkan waktunya dan membagi ilmunya kepada penulis.
4. Teman seperjuangan serta teman kelas ekonomi syariah 5 angkatan 2019. Terimakasih atas segala bantuan dan semangat yang kalian berikan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

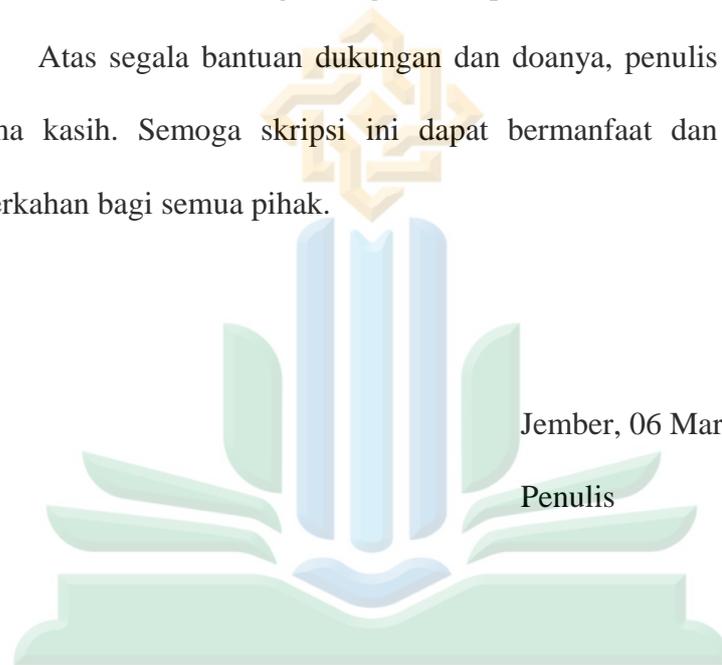
Segala puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkah rahmat dan hidayahnya penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “ Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Toko El-Aqsho Mart”. Tak lupa sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Ekonomi (S.E). penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Prof. Dr, Hepni, S.Ag, M.M. selaku Rektor Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Sofiah, M.E. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Dr. Ika Mauliyah, M.Ak selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Nadia Azalia Putri, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu membimbing dan memberikan motivasi sehingga dapat memberikan yang terbaik dalam skripsi ini.

7. Seluruh dosen Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang sebelumnya tidak diketahui.
8. Pemilik dan pengengola serta pelanggan Toko El-Aqsho Mart telah bersedia dan sukarela menjadi bagian dari penelitian ini.

Atas segala bantuan dukungan dan doanya, penulis mengucapkan terima kasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan mendapatkan keberkahan bagi semua pihak.



Jember, 06 Maret 2025

Penulis

Prayudi
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Prayudi, Nadia Azalia Putri, 2025: *Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Toko El-Aqsho Mart.*

Kata Kunci: Etika Bisnis islam, Penerapan Etika, Loyalitas Konsumen

Bisnis merupakan sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Tidak heran jika Islam yang bersumber pada Al- Qur'an dan Sunnah memberi tuntunan dalam bidang usaha. Bisnis selama ini, dikesankan sebagai usaha mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, bahkan harus ditempuh dengan cara kotor dan tidak etis. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya.

Penelitian ini memiliki fokus penelitian yaitu 1) Bagaimana implementasi etika bisnis syariah di toko El-Aqsho Mart? 2) Bagaimana peranan etika bisnis syariah dalam meningkatkan loyalitas konsumen di toko El-Aqsho Mart?.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis syariah di tok El-Aqsho Mart. 2) Untuk mengetahui bagaimana peranan etika bisnis syariah dalam meningkatkan loyalitas konsumen di toko El-Aqsho Mart.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif jenis penelitian deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan mengumpulkan data dari fakta-fakta dan menguraikannya secara menyeluruh dan meneliti sesuai persoalan yang akan di pecahkan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini *Purposive*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah 1) Penerapan etika bisnis syariah di toko El-Aqsho Mart dilakukan secara menyeluruh dengan berasaskan nilai-nilai etika bisnis syariah, seperti prinsip tauhid, kehendak bebas, keseimbangan, kehendak bebas serta kebenaran. Dengan penerapan etika bisnis syariah yang konsisten tersebut, toko el-Aqsho Mart tidak hanya menjalankan bisnis secara menguntungkan akan tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai islam yang kemudian membarikan keberkahan serta keberlanjutan. 2) Prinsip-prinsip etika bisnis syariah memiliki peran yang penting bagi toko El-Aqsho Mart dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Etika bisnis yang diterapkan meliputi kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas serta kebenaran dalam setiap aktivitasnya. Toko El-Aqsho Mart juga memiliki tanggung jawab yang tinggi terhadap kepuasan konsumen. Seperti penggantian produk yang kadaluarsa, serta transparansi dalam menjual suatu barang tanpa kecurangan. Di samping itu pelatihan karyawan yang berlandaskan prinsip etika bisnis syariah dapat menciptakan citra positif di mata konsumen. Dengan menjalankan bisnis sesuai prinsip-prinsip etika bisnis syariah, El-Aqsho Mart berhasil membangun kepercayaan pelanggan dan menciptakan hubungan jangka panjang baik dengan pelanggan maupun mitra kerja yang saling menguntungkan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Istilah	7
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Toeri	27
1. Pengertian Etika Bisnis Syariah	27
2. Pengertian Loyalitas Konsumen	37

BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian	41
C. Subyek Penelitian	41
D. Teknik Pengumpulan Data	42
E. Analisis Data	44
F. Keabsahan Data	44
G. Tahap-Tahap Penelitian	45
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	46
A. Gambaran Objek Penelitian	46
B. Penyajian Data dan Analisis	48
C. Pembahasan Temuan	66
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
Daftar Pustaka	78

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Penelitian Terdahulu	23
--------------------------------------	----



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Pedoman Wawancara
4. Dokumentasi
5. Surat Izin Penelitian
6. Surat Selesai Penelitian
7. Jurnal Kegiatan Penelitian
8. Data Informan
9. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
10. Surat Keterangan Selesai Bimbingan
11. Biodata



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Aktivitas ekonomi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ketaqwaan seorang muslim kepada Allah SWT. Hal ini berarti bahwa ketaqwaan merupakan asas dalam perekonomian islam sekaligus faktor utama yang membedakan ekonomi islam dengan ekonomi konvensional. Oleh karena itu disamping Al-Quran setiap muslim harus berpegang teguh pada sunah Nabi Muhammad SAW.² Islam menjadi sumber etika dan nilai dalam semua aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis. Al-Quran memberi petunjuk supaya dalam berbisnis dapat menciptakan hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi (QS. An-Nisa : 29) dan bebas dari kecurigaan dan penipuan (QS. Al-Baqarah : 282).

Bisnis merupakan sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Tidak heran jika Islam yang bersumber pada Al- Qur'an dan Sunnah memberi tuntunan dalam bidang usaha. Bisnis selama ini, dikesankan sebagai usaha mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, bahkan harus ditempuh dengan cara kotor dan tidak etis. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil

² H. Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), 449.

lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Allah swt telah menetapkan batas-batas tertentu terhadap perilaku manusia sehingga menguntungkan satu individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Etika bisnis adalah segmen etika terapan yang mencoba untuk mengontrol dan memeriksa pengaturan moral dan etika perusahaan. Ia juga mendalami seberapa baik atau buruk badan usaha membahas masalah-masalah moral dan etika dan menunjukkan apa yang salah dalam proses alami mereka. Ini mencakup semua aspek bisnis dari produksi untuk administrasi, keuangan dan pemasaran. Hal ini juga berlaku untuk berbagai industri dan dapat deskriptif atau normatif dalam disiplin.³

Islam menepatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi seluruh kehidupan manusia, seperti sabda Rasulullah SAW “ Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”, terminologi yang paling dekat dengan etika adalah akhlak. Dalam islam akhlak sebagai cerminan kepercayaan terhadap islam (Iman). Etika dalam islam memberikan sangsi internal yang kuat serta otoritas pelaku dalam menjalankan standar etika. Konsep etika islam tidak utilitarian dan relatif tapi mutlak dan abadi.⁴

³ Aswand Hosoloan, *Peranan Etika Bisnis Dalam Etika Bisnis*, (Jurnal Warta Edisi 57, Universitas Darmawangsa), 2018.

⁴ Sri Nawatmi, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam”, *Fokus Ekonomi (FE)*, Vol 9, No 1 (April 2010): 50-58

Dalam dunai bisnis, etika bisnis islam memiliki korelasi yang sangat kuat terhadap loyalitas konsumen terkhusus dalam bisnis ritel. Oleh sebab itu penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam yang dilakukan dengan baik dan berlandaskan Al-Quran dan Hadist dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga dapat menciptakan loyalitas konsumen yang baik juga.

Loyalitas merupakan konsep penting dan kritis dalam manajemen pelayanan. Pelanggan yang loyal tidak mudah dipengaruhi atau terpengaruh oleh godaan harga dari pesaing, dan mereka sering membeli lebih dibandingkan dengan para pelanggan yang tidak begitu setia. Loyalitas mengacu pada komitmen konsumen untuk membeli kembali produk dan layanan yang disukai secara konsisten di masa depan. Ketika pelanggan merasa sangat puas, mereka akan tetap mempertahankan dan berlangganan dengan provider tersebut dan memberikan hal positif dari mulut ke mulut hingga meyakinkan orang yang mereka kenal. Sejalan dengan itu, ketika mereka tidak puas, mereka akan merespon secara destruktif dan beralih ke sumber layanan lain.⁵

Loyalitas konsumen dalam bisnis ritel sangat penting karena konsumen yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang, merekomendasikan produk kepada orang lain, dan memiliki toleransi yang lebih besar terhadap perubahan harga. Dalam usaha ritel syariah, loyalitas konsumen tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk dan layanan, tetapi

⁵ Abdul Muzammil dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi*, 2017

juga oleh bagaimana perusahaan menjalankan bisnisnya sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Toko Aqsho Mart sebagai salah satu usaha ritel di Desa Pakem Kecamatan Pakem Kabupaten Bondowoso yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya. Pemilihan toko El-Aqsho Mart sebagai objek penelitian berdasarkan pada komitmen toko dalam menjalankan bisnisnya sesuai dengan ajaran-ajaran islam, seperti kesatuan, kejujuran, transparansi, tanggung jawab dan keadilan kepada pelanggan. Selain itu toko ini memiliki basis pelanggan yang loyal, sehingga menjadi relevan untuk meneliti penerapan etika bisnis syariah dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

Sebagai data pembandingan, penelitian ini juga melakukan observasi terhadap toko ritel yang serupa di sekitarnya yaitu Birryl Mart dan Primajaya. Observasi dilakukan untuk membandingkan secara langsung bagaimana penerapan etika bisnis baik dalam pelayanan, interaksi dengan pelanggan maupun aspek-aspek lain yang mempengaruhi terhadap loyalitas konsumen. Observasi ini dilakukan dengan memperhatikan beberapa indikator, *Pertama*, penerapan etika bisnis dalam pelayanan, seperti kesopanan dan keramahan karyawan, kejujuran, transparansi dalam sistem pembayaran. *Kedua*, perilaku belangan dalam berbelanja seperti frekuensi kunjungan pelanggan ke toko dan kecenderungan pelanggan kembali berbelanja di toko tersebut.

Penelitian ini penting karena sangat relevan dengan tren bisnis yang berbasis syariah pada masa sekarang atau mendatang. Dalam penelitian terdahulu belum pernah ada yang meneliti pada toko El-Aqsho Mart dan banyak penelitian sebelumnya yang membahas etika bisnis secara umum. Dengan begitu peneliti berharap dapat memberikan perspektif baru tentang bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis syariah diterapkan dalam bisnis ritel. Dan berharap juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara etika bisnis syariah dan loyalitas konsumen dalam konteks usaha ritel syariah.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tidak hanya bagi pengembangan teori di bidang ekonomi syariah tetapi juga bagi pelaku usaha ritel syariah yang ingin meningkatkan loyalitas konsumen mereka melalui penerapan etika bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Oleh Sebab Itu penulis ingin meneliti dan mengusung judul

“Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Toko El-Aqsho Mart”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian konteks penelitian tersebut maka penulis akan mengambil fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi etika bisnis syariah di toko El-Aqsho Mart?
2. Bagaimana peranan etika bisnis syariah dalam meningkatkan loyalitas konsumen di Toko El-Aqsho Mart?

C. Tujuan Penelitian

Memecahkan masalah merupakan sebuah tujuan yang harus dilakukan, Berdasarkan fokus penelitian di atas maka tujuan dari penulis ini adalah :

1. Untuk mengetahui implementasi etika bisnis syariah di toko El-Aqsho Mart.
2. Untuk Bagaimana peranan etika bisnis syariah dalam meningkatkan loyalitas konsumen di Toko El-Aqsho Mart.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah melakukan penelitian.⁶ Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan referensi kepada perusahaan sebagai bahan evaluasi agar bisa lebih baik dalam menggunakan etika berbisnis.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi refrensi bagi peneliti lainnya dalam meningkatkan ilmu pada saat study, serta menambah pengetahuan khususnya dalam proses etika berbisnis.

⁶ Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember), 2020

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Pengalaman awal untuk melakukan penelitian sebagai proses dalam mengungkapkan kebenaran terhadap pengaruh etika bisnis syariah terhadap loyalitas konsumen.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat sebagai sebuah pengetahuan tentang pengaruh etika bisnis bagi sebuah usaha toko.

c. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan evaluasi terhadap kinerja dan kebijakan yang telah dijalankan oleh Toko El-Aqsho Mart.

E. Definisi Istilah

1. Etika Bisnis Syariah

Etika dalam bahasa Yunani kuno artinya etikos, yang artinya timbul dari kebiasaan. Etika merupakan cabang utama filsafat yang mempelajari nilai salah, baik, buruk dan tanggung jawab etika. Etika merupakan ilmu yang berhubungan mana yang buruk, hak serta kewajiban moral. Etika dapat diartikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan antara yang buruk dari yang baik. Etika adalah sebuah bidang ilmu yang bersifat normative karena etika berperan menentukan individu terhadap apa yang boleh dilakukan dan

yang tidak boleh dilakukan.⁷ Dalam bahasa latin etika berasal dari kata *etos* yang berarti kebiasaan. Sedangkan dalam bahas arab berasal dari kata akhlak yang merupakan bentuk jamak dari kata mufrod *khuluk* yang berarti budi pekerti. Keduanya bisa diartikan sebagai kebiasaan, yang menunjuk pada tingkah laku manusia terhadap sesuatu yang baik atau benar.⁸

Penggabungan etika dan bisnis dapat diartikan sebagai pemaksaan norma-norma agaman dalam sebuah bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, memperbaiki sistem dan hukum sekonomi, meningkatkan keterampilan untuk memenuhi tuntutan-tuntutan etika pihak luar. Bisnis yang beretika adalah bisnis yang memiliki komitmen ketulusan dan menjaga kontrak sosial yang sudah berjalan. Dan kontrak sosial adalah sebuah janji yang harus di tepati.⁹

Etika bisnis syariah adalah nilai-nilai islam yang berlandaskan Al-Quran dan sunnah Rasulullah SAW yang kemudian dijadikan sebagai landasan dalam setiap aktivitas bisnis.¹⁰ Dengan kata lain dalam penelitian ini merupakan sebuah upaya untuk mengetahui hal yang benar atau salah dalam aktivitas bisnis yang berlandaskan Al-Quran dan Hadist.

⁷ Aswan Hasoloan, *Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis*, (Universitas Darmawangsa, 2018), 4.

⁸ Muhammad Arif Mufti, *Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen pada took Karvak Distro Ulee Kareg Banda Aceh*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020), 18.

⁹ Veithzal Rivai dan Andi Bukhari, *Islamic Bussines anEconomic*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2012), 4.

¹⁰ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, (Prepare: IAIN Prepare Nusantara Press 2022), 16.

2. Loyalitas Konsumen

Loyalitas yang tinggi merupakan konsumen yang melakukan pembelian dengan presentase yang semakin meningkat pada perusahaan atau produk tertentu dari pada yang lainnya. Dalam upaya mempertahankan konsumen harus mendapatkan prioritas yang lebih besar dibandingkan dengan konsumen baru. Oleh sebab itu, loyalitas konsumen berdasarkan kepuasan yang murni dan berkelanjutan merupakan sebuah asset besar yang dimiliki perusahaan.¹¹

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah urutan dan kerangka berfikir dalam proses penulisan skripsi, oleh sebab itu dalam penelitian yang akan diteliti ini disusunlah sebuah sistematika pembahasan sebagai berikut :

Bab I, Pendahuluan. Dalam bab ini peneliti membahas terkait latar belakang permasalahan, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan yang terakhir yaitu sistematika pembahasan.

Bab II, Kajian Kepustakaan. Pada bagian ini peneliti membahas tentang kajian kepustakaan yang mana di dalamnya tentang penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan diteliti. Juga membahas kajian teori yang kemudian dijadikan referensi peneliti dalam melakukan penelitian.

Bab III, Metode Penelitian. Dalam bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian,

¹¹ Veithzal Rivai dan Andi Bukhari, *Islamic Bussines anEconomic*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2012), 4.

Teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahaan data dan terakhir tahap-tahap penelitian.

Bab IV, Penyajian Data. Pada bagian ini berisi tentang gambaran objek penelitian, penyajian dan analisis, terakhir pembahasan temuan.

Bab V, Penutup. Bagian ini merupakan bagian terakhir dalam penelitian ini, yang mana didalamnya berisi tentang kesimpulan dan saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak akan dilakukan, lalu membuat ringkasannya, baik yang sudah terpublikasikan atau yang belum ter-publikasikan. Dengan melakukan langkah ini, akan dapat dilihat sampai sejauh mana prinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.¹² Berikut ini penelitian penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan :

1. Eka Setiawan, ”*Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*”, (2024), UIN Salatiga.¹³

Dalam penelitian ini ada sepuluh rumusan masalah yang dibahas, diantaranya membahas tentang bagaimana pengaruh etika bisnis islam terhadap loyalitas konsumen, membahas terkait kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, dan juga membahas terkait kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini banyak ilmu dan refrensi yang bisa peneliti ambil karena

¹² Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember), 46.

¹³ Eka Setiawan, “*Pengaruh penerapan etika bisnis islam, kualitas produk, dan kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening*”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Salatiga: 2024).

banyak pembahasan yang hampir sama dengan judul yang peneliti ambil.

Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif karena mengacu kepada filosofi positivism dengan tujuan mempelajari populasi tertentu atau sampel acak dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwasannya pada poin pertama adalah etika bisnis islam berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen, artinya meskipun etika bisnis memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, pengaruh ini tidak mencapai tingkat signifikan statistic yang dapat ditanyakan secara kuat. Dalam penelitian ini juga menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan juga kualitas pelayanan islami berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait etika bisnis islam dan loyalitas konsumen yang akan peneliti bahas dalam menyelesaikan tugas akhir. Perbedaan dalam penelitian ini adalah dalam penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan peneliti memilih metode penelitian kualitatif.

2. Robiatul Adawiyah, “ *Analisis Pengucapan Terima Kasih Dalam Etika Bisnis Rasulullah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*”, (2024), Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.¹⁴

Dalam penelitian ada dua rumusan masalah yang diambil yang *pertama*, apa dampak pengucapan “terima kasih” terhadap loyalitas pelanggan pada toko ritel berjejaring di kecamatan pasongsongan, sumenep. *Kedua*, bagaimana implementasi etika bisnis menurut Rasulullah Saw?. Dalam akhir penelitian ini menyimpulkan bahwasannya dampak dari pengucapan “terima kasih” yang diberikan oleh karyawan kasir terhadap pelanggan adalah mendapatkan tanggapan baik dari pelanggan sehingga berdampak pada kelayakan pelanggan. Dalam poin kedua juga menyimpulkan bahwasannya pengimplementasian etika bisnis menurut Rasulullah SAW terhadap toko ritel tersebut, seperti membiasakan pemberian ucapan apresiasi kepada pelanggan seperti terima kasih.

Persamaan dalam penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang penulis ambil adalah sama membahas terkait etika bisnis dan loyalitas pelanggan. Dan perbedaannya adalah dalam penelitian terdahulu membahas terkait etika bisnis menurut Rasulullah sedangkan dalam penelitian yang peneliti ambil membahas tentang etika bisnis islam dalam perusahaan ritel terhadap loyalitas pelanggan. Dalam hal ini perbedaannya juga dalam lingkup rumusan masalah yang akan

¹⁴ Robiatul Adawiyah, “ *Analisis pengucapan Terima kasih dalam etika bisnis rasulullah dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan*”, Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2024.

diteliti, dalam penelitian terdahulu membahas tentang dampak pengucapan “terima kasih” kepada pelanggan sedangkan dalam rumusan masalah yang peneliti ambil membahas tentang peranan etika bisnis dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

3. Ria Fariska, “*Peran Etika Kepemimpinan Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Konveksi “Extrawash” Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo*”, (2024), IAIN Ponorogo.¹⁵

Penelitian ini terdiri dari beberapa tujuan penelitian, *pertama*, untuk menganalisis etika kepemimpinan islam diterapkan di Koveksi Extrawash. *Kedua*, untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi implementasi etika kepemimpinan islam di Koveksi Extrawash. *Ketiga*, untuk memahami dampak etika kepemimpinan islam terhadap loyalitas konsumen di Konveksi Extrawash.

Kesimpulan dalam penelitian diatas *pertama*, bahwa pemilik perusahaan telah mengimplementasikan etika dengan baik seperti jujur, memperlihatkan kepercayaan yang kuat terhadap tugas-tugas yang diberikan, menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif, serta memotivasi tim untuk mencapai kesuksesan bersama. *Kedua*, faktor yang memengaruhinya ialah faktor agama, faktor budaya, faktor Pendidikan, dan faktor pengalaman. *Ketiga*, etika kepemimpinan membawa dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

¹⁵ Ria Fariska, “*Peran Etika Kepemimpinan Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Konveksi “Extrawash” Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo*”, (IAIN Ponorogo: 2024).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada konteks penelitiannya dimana dalam penelitian ini menggunakan konteks penelitian etika kepemimpinan islam. Sedangkan persamaannya yaitu metode penelitian yang mana sama-sama menggunakan metode kualitatif.

4. Puput Setia Ningsih, *"Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Toko Bangunan Sidodadi Keramik Perspektif Etika Bisnis Islam (studi kasus di Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung)"*, (2024), IAIN Metro.¹⁶

Pada penelitian ini terdapat pertanyaan penelitian yakni faktor apa saja yang mempengaruhi minat Konsumen dalam meningkatkan kepuasan pelanggan perspektif etika bisnis islam. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa faktor, *Pertama*, Kelengkapan produk yang variatif. *Kedua*, pelayanan. *Ketiga*, Harga. *Keempat*, toko bangunan Sidodadi Keramik juga menerapkan sikap jujur, amanah dan adil.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti membahas tentang penerepan etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas

¹⁶ Puput Setia Ningsih, *"Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Toko Bangunan Keramik Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabipaten Lampung)"*, (IAIN Metro: 2024).

konsumen. Persamaannya adalah terletak pada metode penelitian yang mana dalam penelitian ini juga menggunakan penelitian kualitatif.

5. Tasya Amanda Putri, "*Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Kios Raya Tani Di Desa Tanjung Harapan Kecamatan Marga Tiga)*". (2023), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.¹⁷

Penelitian ini memfokuskan pada dua pertanyaan penelitian, *pertama*, bagaimana strategi marketing Kios Raya Tani di Desa Tanjung Harapan Kecamatan Marga Tiga dalam meningkatkan penjualan. *Kedua*, bagaimana tinjauan etika bisnis islam Kios Raya Tani di Desa Tanjung Harapan Kecamatan Marga Tani dalam meningkatkan Penjualan.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah pada pertanyaan penelitian pertama Kios Raya Tani masih belum sesuai karena strategi Kios Raya Tani masih retail dan belum menggunakan internet maupun media sosial seperti whastapp, fb dan lain sebagainya. Pada pertanyaan kedua, Kios Raya Tani secara umum sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis islam.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah menganalisi strategi marketing dalam meningkatkan penjualan yang ditinjau dari etika bisnis islam. Sedangkan persamaannya dalam

¹⁷ Tasya Amanda Putri, "*Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Kios Raya Tani Di Desa Tanjung Harapan Kecamatan Marga Tiga)*", (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro: 2023).

penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah mengulik etika bisnis islam.

6. Aprilia Dwi Putri, "*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Pada Pedagang Di Simpuk Center Bandar Lampung*", (2021), Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.¹⁸

Dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah di antaranya, *pertama*, bagaimana mekanisme jual beli yang dilakukan pada pedagang di Simpuk Center Bandar Lampung. *Kedua*, untuk mengetahui apakah mekanisme yang diterapkan pedagang di Simpuk Center Bandar Lampung dalam melakukan jual beli sudah sesuai dengan perspektif Ekonomi Islam.

Dari pembahasan dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa mekanisme jual beli yang dilakukan pada pedagang di Simpuk Center Bandar Lampung sesuai dengan penerapan etika bisnis yang meliputi Shiddiq, Amanah, Fathanah dan tabligh.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah dalam penelitian ini untuk mengetahui mekanisme yang digunakan pedagang di Simpuk Center Bandar Lampung dan apakah sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti membahas penerapan etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Persamanya dalam

¹⁸ Aprilia Dwi Putri, "*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Pada Pedagang Di Simpuk Center Bandar Lampung*". (Universitas islam Negeri Raden Intan Lampung: 2021).

penelitian ini konteks penelitiannya juga membahas etika bisnis islam seperti prinsip dasar etika bisnis islam.

7. Ilham Mesya Alfano, “*Pengaruh Kualitas Produk, Etika Bisnis Islam, dan Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus : Coffeshop Koffiekopi Jambi*”, (2020), Universitas Islam Indonesia.¹⁹

Dalam penelitian ini rumusan masalah adalah *Pertama*, apakah etika bisnis islam berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Koffieeshop Jambi. *Kedua*, apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Koffieekopi Jambi. *Ketiga*, apakah marketing berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Koffieekopi Jambi. *Keempat*, apakah etika bisnis islam, kualitas produk, dan marketing berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Koffieekopi Jambi.

Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa kualitas produk, etika bisnis islam, dan pemasaran berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen terlihat dari data yang telah di teliti. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan positif sehingga hal ini membuat loyalitas konsumen semakin meningkat, etika bisnis islam juga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, etika yang baik membuat konsumen makin nyaman untuk singgah, pemasaran yang baik dan tepat dapat menghadirkan edukasi, promosi dan postingan menarik membuat konsumen makin paham terhadap dunia kopi dan membuat konsumen loyal dan minat untuk membeli lagi.

¹⁹ Ilham Mesya Alfano, “*Pengaruh Kualitas Produk, Etika Bisnis Islam, dan Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi : Coffeshop Koffiekopi Jambi*), (Universitas Islam Indonesia: 2020).

Persamaan penelitian diatas dan penelitian yang akan diteliti adalah konteks penelitiannya yaitu tentang pengaruh etika bisnis terhadap loyalitas konsumen. Namun perbedaannya adalah dalam penelitian ini mengguakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

8. Lintang Kurniawan, “*Pengaruh Excellent Service dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT BPRS BINASIA Semarang)*”, (2020), IAIN Salatiga.²⁰

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah *Pertama*, bagaimana pengaruh *Excellent Service* terhadap loyalitas nasabah pada BPRS BINASIA. *Kedua*, bagaimana pengaruh etika bisnis islam terhadap loyalitas nasabah pada BPRS BINASIA. *Ketiga*, bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada BPRS BINASIA. *Keempat*, Bagaimana *Excellent Service* terhadap kepuasan nasabah pada BPRS BINASIA. *Kelima*, bagaimana pengaruh etika bisnis terhadap kepuasan nasabah pada BPRS BINASIA. *Keenam*, bagaimana pengaruh *Excellent Service* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pada BPRS BINASIA. *Ketujuh*, bagaimana pengaruh etika bisnis islam terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pada BPRS BINASIA.

²⁰ Lintang Kurniawan, “*Pengaruh Excellent Service dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT BPRS BINASIA Semarang)*”, (IAIN Salatiga: 2020).

Hasil dalam penelitian ini adalah *pertama*, *Excellent service* tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah. *Kedua*, etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. *Ketiga*, kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. *Keempat*, etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. *Kelima*, etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. *Keenam*, koefisien mediasi signifikan yang berarti kepuasan nasabah dapat memediasi pengaruh *Excellent service* terhadap loyalitas nasabah. *Ketujuh*, koefisien mediasi signifikan yang berarti kepuasan dapat memediasi pengaruh etika bisnis islam terhadap loyalitas nasabah.

Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti ada dalam rumusan masalahnya dimana dalam penelitian ini memiliki tujuh rumusan masalah, dan juga dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kauntitatif. Persamaannya adalah dalam penelitian ini memiliki konteks penelitian yang sama yaitu tentang pengaruh etika bisnis terhadap loyalitas konsumen.

9. Adib Nur Fuad, "*Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi di CV panguripan Cahaya Baru Temanggung)*", (2020), IAIN Salatiga.²¹

²¹ Adib Nur Fuad, "*Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi di CV panguripan Cahaya Baru Temanggung)*", (IAIN Salatiga: 2020).

Dalam penelitian ini memiliki beberapa rumusan masalah diantaranya, *Pertama*, bagaimana pengaruh etika bisnis islam terhadap loyalitas konsumen pada CV Panguripan Cahaya Baru. *Kedua*, bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada CV Panguripan Cahaya Baru. *Ketiga*, bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada CV Panguripan Cahaya Baru.

Dari hasil penelitian ini mendapat kesimpulan bahwa etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada metode penelitiannya, dimana dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan persamaannya terletak pada konteks penelitiannya yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh etika bisnis terhadap loyalitas konsumen.

10. Akhmad Zaini, *“Implementasi Etika Bisnis Sales Person Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen Pada Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi kasus Pada Butik Tunjungan Plaza (TP) 3 Surabaya”*, (2020), UIN Sunan Ampel Surabaya.²²

²² Akhmad Zaini, *“Implementasi Etika Bisnis Sales Person Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen Pada Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi kasus Pada Butik Tunjungan Plaza (TP) 3 Surabaya”*, (UIN Sunan Ampel: 2020).

Dalam penelitian ini memiliki beberapa rumusan masalah, *pertama*, bagaimana penerapan etika bisnis oleh sales promotion butik krickers tunjungan plaza 3 surabaya untuk mempertahankan loyalitas konsumen. *Kedua*, apakah etika bisnis sudah diterapkan dengan baik oleh sales promotion butik krickers tunjungan plaza 3 surabaya untuk mempertahankan loyalitas konsumen. *Ketiga*, bagaimana implementasi etika bisnis sales promotion butik krickers tunjungan plaza 3 surabaya untuk mempertahankan loyalitas konsumen pada perspektif etika bisnis.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *pertama*, penerapan etika bisnis yang sudah dilakukan sales person butik krickers tunjungan plaza 3 surabaya diantaranya : (1). Menerapkan senyum, salam, dan sapa. (2). Berprilaku sopan dan santun dalam bertutur kata. (3). Memahami produk knowledge dengan cara menjelaskan dengan detail produk-produk krickers kepada konsumen. (4). Memberikan informasi ketika ada promo. *Kedua*, penilaian konsumen terhadap etika bisnis yang sudah dijalankan mendapat nilai baik. Akan tetapi ada yang bernilai buruk oleh konsumen yaitu terkait informasi pada penurunan harga dan ketika ada promo. *Ketiga*, berdasarkan subjektif peneliti tinjauan etika bisnis islam terhadap etika bisnis yang diterapkan oleh *sales person* butik krickers mengandung unsur kebajikan dan perbuatan baik, dan pengaplikasian perilaku yang didasari dari perilaku Rasulullah SWA (siddiq, amanah, tabligh, dan fathanah).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada Teknik pengumpulan data yang mana dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data salah satunya adalah dengan kuesioner atau angket. Dan persamaannya adalah metode penelitian yang ada dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul Dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Eka Setiawan, " <i>Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening</i> ", (2024), UIN Salatiga.	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait etika bisnis islam dan loyalitas konsumen yang akan peneliti bahas dalam menyelesaikan tugas akhir.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah dalam penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan peneliti memilih metode penelitian kualitatif.
2.	Robiatul Adawiyah, " <i>Analisis Pengucapan Terima Kasih Dalam Etika Bisnis Rasulullah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan</i> ", (2024), Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.	Persamaan dalam penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang penulis ambil adalah sama membahas terkait etika bisnis dan loyalitas pelanggan.	Perbedaannya adalah dalam penelitian terdahulu membahas terkait etika bisnis menurut Rasulullah sedangkan dalam penelitian yang peneliti ambil membahas tentang etika bisnis islam dalam perusahaan ritel terhadap loyalitas pelanggan.
3.	Ria Fariska, " <i>Peran Etika Kepemimpinan Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Konveksi "Extrawash" Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo</i> ", (2024), IAIN Ponorogo.	Persamaannya yaitu metode penelitian yang mana sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada konteks penelitiannya dimana dalam penelitian ini menggunakan konteks penelitian etika

			kepemimpinan islam.
4.	Puput Setia Ningsih, ” <i>Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Toko Bangunan Sidodadi Keramik Perspektif Etika Bisnis Islam (studi kasus di Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung)</i> ”, (2024), IAIN Metro.	Persamaannya adalah terletak pada metode penelitian yang mana dalam penelitian ini juga menggunakan penelitian kualitatif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti membahas tentang penerepan etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas konsumen.
5.	Tasya Amanda Putri, ” <i>Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Kios Raya Tani Di Desa Tanjung Harapan Kecamatan Marga Tiga)</i> ”. (2023), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.	persamaannya dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah mengulik etika bisnis islam.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah menganalisis strategi marketing dalam meningkatkan penjualan yang ditinjau dari etika bisnis islam. Sedangkan
6.	Aprilia Dwi Putri, ” <i>Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Pada Pedagang Di Simpuk Center Bandar Lampung</i> ”, (2021), Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.	persamaannya dalam penelitian ini konteks penelitiannya juga membahas etika bisnis islam seperti prinsip dasar etika bisnis islam.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah dalam penelitian ini untuk mengetahui mekanisme yang digunakan pedagang di Simpuk Center Bandar Lampung dan apakah sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti membahas penerepan etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

7.	Ilham Mesya Alfano, “Pengaruh Kualitas Produk, Etika Bisnis Islam, dan Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus : Coffeshop Koffiekopi Jambi”, (2020), Universitas Islam Indonesia	Persamaan penelitian diatas dan penelitian yang akan diteliti adalah konteks penelitiannya yaitu tentang pengaruh etika bisnis terhadap loyalitas konsumen.	perbedaannya adalah dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan metode penelitian kualitatif.
8.	Lintang Kurniawan, “Pengaruh Excellent Service dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT BPRS BINASIA Semarang), (2020), IAIN Salatiga	Persamaannya adalah dalam penelitian ini memiliki konteks penelitian yang sama yaitu tentang etika bisnis dalam meningkatkan loyalitas konsumen.	Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti ada dalam rumusan masalahnya dimana dalam penelitian ini memiliki tujuh rumusan masalah, dan juga dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kauntitatif.
9.	Adib Nur Fuad, ”Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi di CV panguripan Cahaya Baru Temanggung), (2020), IAIN Salatiga.	persamaannya terletak pada konteks penelitiannya yaitu sama-sama membahas tentang etika bisnis terhadap loyalitas konsumen.	Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada metode penelitiannya, dimana dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.
10.	Akhmad Zaini, “Implementasi Etika Bisnis Sales Person Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen Pada Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi kasus Pada Butik Tunjungan Plaza (TP) 3 Surabaya”, (2020), UIN Sunan Ampel Surabaya	metode penelitian yang ada dalam penelitian ini yaitu menggunakan mwttode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada Teknik pengumpulan data yang mana dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data salah satunya adalah dengan kuesioner atau angket.

Sumber : Penelitian Terdahulu Tahun 2020-2024

Dalam penelitian ini terdapat hal yang lebih menarik dibanding dengan penelitian sebelumnya, diantaranya:

1. Lebih Spesifik Pada Usaha Ritel

Penelitian ini lebih fokus membahas bagaimana penerapan etika bisnis syariah dalam meningkatkan loyalitas konsumen di usaha ritel khususnya El-Aqsho Mart. Sementara di beberapa penelitian terdahulu membahas etika bisnis syariah dari berbagai konteks, seperti konveksi, butik, marketing dan coffe shop. Tentu dinamikanya berbeda dengan bisnis ritel.

2. Menggunakan Pendekatan Kualitatif

Dalam beberapa penelitian terdahulu terdapat beberapa penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada uji statistic untuk mengukur hubungan antar variabel, namun dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memungkinkan dapat mengeksplorasi lebih dalam terkait penerapan etika bisnis syariah dalam meningkatkan loyalitas konsumen khususnya di toko El-Aqsho Mart.

3. Fokus Pada Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen

Beberapa penelitian terdahulu fokus pada satu komponen saja yaitu etika bisnis syariah seperti kejujuran, keadilan, transparansi. Namun dalam penelitian ini lebih membahas ke arah bagaimana penerapan

etika bisnis syariah dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada toko ritel.

4. Relevansi Praktis Untuk Mengembangkan Bisnis Ritel Syariah

Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis bagi setiap orang yang memiliki usaha ritel atau mau memulai usaha ritel guna untuk meningkatkan loyalitas konsumen pada usaha tersebut melalui penerapan etika bisnis syariah. Ini menurut peneliti menjadi suatu hal yang menarik dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

B. Kajian Teori

Pada bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori yang lebih mendalam dan luas akan semakin dalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang akan dipecahkan sesuai dengan fokus penelitian dan tujuan penelitian.²³

1. Pengertian Etika Bisnis Syariah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia etika memiliki beberapa arti. Pertama etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk. Kedua, etika adalah kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. Ki Hajar Dewantara mengatakan bahwa etika adalah ilmu yang mempelajari soal kebaikan dan keburukan di

²³ Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember), 2020. 46

dalam hidup seluruh manusia. Secara sederhana etika merupakan refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.

Etika adalah sebuah studi tentang nilai-nilai, norma-norma, dan prinsip-prinsip yang mengatur perilaku manusia dalam interaksi sosial. Etika mencakup penelitian mengenai apa yang dianggap benar atau salah, baik atau buruk, dan bagaimana seharusnya manusia bertindak serta berhubungan dengan sesama lingkungannya.²⁴

Sedangkan bisnis adalah seluruh aktivitas yang melibatkan penyediaan barang dan jasa yang diperlukan atau dibutuhkan oleh orang lain dengan prinsip kepuasan atas konsumen. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti sebagai usaha komersial dibidang usaha dan perdagangan.²⁵

Bisnis adalah suatu aktivitas yang terorganisir dan diatur yang menyediakan jasa maupun barang kepada konsumen dengan maksud untuk mencari keuntungan atau profit.²⁶

Islam menempatkan kegiatan perdagangan di posisi yang sangat strategis di tangan aktivitas manusia mencari rezeki dan penghidupan. Hal tersebut sesuai dengan sabda Rasulullah SAW “ perhatikan olehmu sekalian perdagangan, sesungguhnya di dunia perdangan itu ada sembilan dari sepuluh pintu rezeki”. Kunci etis dan moral bisnis

²⁴ Fauzan et al., *Etika Bisnis & Profesi*, (2023), 24.

²⁵ Akhyar Syafa'at, dan ahmad afif, “Pengaruh Pendekatan Etika Bisnis Islam dan Garansi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Handphone Di WTC Banyuwangi”, *Indonesian Journal of Islamic & Finance Vol 4, No 2* (Desember 2021): 24.

²⁶ Nurul Widiyawati Islami Rahayu, Khamdan Rifa'I, Abdul Rokhim, “Komunikasi Etika Bisnis Dalam Keberagaman Agama Di Kabupaten Jember “*Jurnal Of Islamic Communication*”, Vol. 4, No. 2, (Desember 2021), 44.

sebenarnya ada pada diri manusia itu sendiri, oleh sebab itu Rasulullah SAW diutus ke dunia untuk memperbaiki manusia yang telah rusak.²⁷

Dalam Al-Quran ada beberapa prinsip etika bisnis diantaranya, *pertama*, Melarang bisnis yang dilakukan dengan proses kebatilan (QS. An-Nisa :29. Bisnis harus ada kerelaan dan keterbukaan tanpa ada yang dirugikan diantara kedua belah pihak. *Kedua*, bisnis tidak boleh mengandung unsur riba (QS. An-Nisa : 30). *Ketiga*, kegiatan bisnis harus memiliki fungsi sosial (QS. At-Taubah :34). Karena pengembangan harta tidak akan terwujud kecuali harus melalui interaksi sosial. *Keempat*, melarang pengurangan suatu komoditas dalam hal takaran atau timbangan karena merupakan sebuah kezaliman (QS. Hud : 85). Oleh karena itu dalam praktek bisnisnya timbangan harus disempurnakan. *Kelima*, menjunjung nilai-nilai keseimbangan baik ekonomi ataupun sosial. *Keenam*, dilarang berbuat curang (dzalim) bagi untuk dirinya sendiri ataupun orang lain (QS. Al-A'raf : 85).²⁸

Prasyarat sebagai upaya dalam meraih sebuah kesuksesan para pelaku bisnis harus memerhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Al-Quran, antara lain:

²⁷ Muhammad Danil, dan Ahmad Afif, “Analisis Strategi pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ruang Micro dan Macarina Jember)”, *Indonesian Journal of Islamic & Finance Vol 5, No 2* (Desember 2022): 52.

²⁸ Sri Nawatmi, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam”, *Fokus Ekonomi (FE)*, Vol 9, No 1 (April 2010): 50-58.

a. Jujur Dalam Takaran

Bagi pelaku bisnis kejujuran adalah sebuah kunci kesuksesan lebih-lebih dalam hal takaran. Karena tuha secara nyata telah berfirman dalam QS Al-Mutaffifin Ayat 1-3 yang artinya: ” celakalah bagi orang yang curang. Apabila mereka menyukat dari orang lain (untuk dirinya), dipenuhkan (sukatannya). Tetapi apabila mereka menyukat (untuk orang lain) atau menimbang (untuk orang lain) dikurangnya.

b. Menjual Barang Berkualitas atau Baik Mutunya

Ketidaktransparanan dalam hal mutu atau kualitas adalah cacat etis dalam perdagangan, yang berarti pelaku bisnis sudah mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal dalam mengambil keuntungan (*profit*) yang diharapkan adalah tanggung jawab berkeseimbangan (*Balance*) dan memenuhi norma-

norma dasar masyarakat baik berupa hukum, adat ataupun etika.

c. Dilarang Bersumpah

Dalam kehidupan sehari-hari seringkali ditemukan obral sumpah terutama dikalangan para pedagang kelas bawah. Banyak dari mereka yang terlalu mudah mengobral sumpah dalam hal meyakinkan pembeli terhadap barang-barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan pembeli akan tertarik. Dalam islam perbuatan tersebut tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan sebagaimana sabda Rasulullah SAW :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ: "الْحَلْفُ مَنْفَعَةٌ
لِلسَّلْعَةِ مَحَقَّةٌ لِلْبِرِّكَةِ"

Dari Abu Hurairah R.A, saya mendengar Rasulullah bersabda : “Sumpah itu melariskan dagangan, tetapi menghapus keberkahan”, (HR. Abu Daud).²⁹

d. Ramah dan Bermurah Hati

Dalam hal ini pelaku bisnis diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Karena dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dengan sikap tersebut seorang penjual akan dapat keberkahan dalam penjualannya dan tentu akan diminati oleh pembeli. Sebagaimana sabda Rasulullah yang diriwayatkan oleh Al Turmudhi dari ‘Ikrimah Ibn ‘Ammar dari Abu Zumayl dari Malik ibn Murthad dari bapaknya, dari Abi Dharr yakni :

لَتَبَسُّمِكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ

Rasulullah Bersabda : “ Senyummu kepada saudaramu adalah sedakah bagimu” (HR. Al-Turmudhi).³⁰

Senyum dari seorang penjual terhadap pembeli bukanlah sebuah wujud refleksi dari sikap ramah dan menyejukkan hati. Dan bahkan sangat tidak mungkin jika pada akhirnya pembeli akan menjadi pelanggan yang setia dan tentunya akan menguntungkan bisnis dikemudian hari. Sebagaimana firman Allah surah Al-imron ayat 159 yang berbunyi:

²⁹ Abu Dawud, *Sunan Abi Dawud*, Jilid 3, Hadis No. 3327, (Riyadh: Maktabah Al-Ma'arif, 2000), 321.

³⁰ At-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidzi*, Jilid 3, Hadist No. 1970, (Riyadh: Maktabah Al-Ma'arif, 2000), 14.

وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ

“Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka akan menjauhkan dari sekelilingmu”(Q.S Al-imron ayat 159).³¹

e. Membangun Hubungan Yang Baik Dengan Siapa Saja

Islam tidak menghendaki dominasi pelaku satu dengan yang lain, baik dalam monopoli, oligoli maupun bentuk-bentuk yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan. Oleh sebab itu pelaku bisnis harus membangun hubungan baik, hubungan yang konstruktif dengan siapan lebih-lebih terhadap antarsesama pelaku bisnis. Dengan membangun hubungan yang baik apalagi dengan cara silaturrahim menurut ajaran islam akan diraih hikmah yang dijanjikan yakni akan diluaskan rezeki dan dipanjangkan umurnya bagi siapapun yang mengaplikasikannya.

Sebagaimana sabda Rasulullah SAW :

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ، أَوْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ، فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ

“Bahwasanya Rasulullah SAW bersabda : Barang siapa berharap dimudahkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menjalin hubungan silaturrahim (HR. Al-Bukhari).”³²

f. Tertib Adminsitrasi

Pinjam meminjam merupakan suatu hal wajar dalam dunia perdagangan. Dalam hal ini Al-Quran mengajarkan perlunya

³¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Maryam: Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 210.

³² Al-Bukhari, *Shahih Al-Bukhari*, Jilid 3 Hadis No. 2067 (Beirut: Dar Ibn Katsir, 1987), Halaman 100.

adminsitrasi hutang piutang agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin akan terjadi, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kalian berhutang piutang dengan janji yang ditetapkan waktunya, hendaklah kalian tuliskan. Dan seorang penulis diantara kalian hendaklah menuliskannya dengan jujur. Janganlah penulis itu enggan menuliskannya, sebagaimana yang diajarkan Allah kepadanya. Hendak dituliskannya! Orang yang berhutang itu hendaklah membacakannya (hutang yang akan dituliskan), dan takulat dia kepada Tuhannya dan janganlah mengurangkan hutangnya sedikitpun.”³³

g. Menetapkan Harga Yang Transparan

Menetapkan harga dengan terbuka atau transparan dan wajar sangat dihormati dalam islam agar tidak terjerumus dalam riba. Oleh sebab itu pelaku bisnis harus menetapkan harga secara transparan atau wajar, karena harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Meskipun dalam bisnis kita tetap ingin mendapatkan keuntungan namun hak pembeli harus dihormati. Dalam artian penjual yang bersikap toleran terhadap pembeli.³⁴ Karena sikap toleran akan mendatangkan rahmat sebagaimana sabda Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh iman Bukhari :

³³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Maryam: Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 220.

³⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajarang Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi)*, (Depok: Penebar Swadaya, 2012).

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ، وَإِذَا اشْتَرَى،
وَإِذَا اقْتَضَى

“Sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda : Allah telah memberi rahmat kepada seseorang yang bersikap toleran ketika membeli, menjual dan menagih janji (utang).”³⁵

Dalam islam sumber tata nilai adalah satu, yaitu Tuhan yang Maha Esa. Allah yang menciptakan seluruh alam semesta termasuk langit dan bumi serta seisinya, Allah juga yang memberi petunjuk bagi umat manusia agar supaya selamat dunia dan akhirat. Allah menciptakan berbagai ilmu pengetahuan untuk manusia termasuk etika dalam politik, ekonomi, dan bisnis.³⁶

Dalam dunia bisnis terdapat beberapa prinsip dasar etika islam dan prakteknya dalam bisnis, diantaranya:

a. Kesatuan (*Unity*)

Refleksi konsep tauhid yang memadukan semua aspek

keshidupan baik ekonomi, sosial, politik budaya menjadi keseluruhan secara konsisten dan teratur. Adanya dimensi vertikal dan horizontal. Dan pengaplikasian dalam bisnis :

1. Tidak ada deskriminasi baik terhadap pembeli, penjual, mitra ataupun terhadap pekerja.
2. Terpaksa atau dipaksa untuk selalu taat kepada Allah SWT.

³⁵ Al-Bukhari, *Shahih Al-Bukhari*, Jilid 3, Hadis No. 2076, (Beirut: Dar Ibn Katsir, 1987), 103.

³⁶ Roni Subhan, Nikmatul Masruroh, Shinta Riska Diana, “Penerapan Prinsip-Prinsip Koperasi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 1, (Oktober 2017), 184.

3. Mendorog setiap individu untuk berbuat amanah dan meninggalkan perbuatan yang tidak beretika.

b. Keseimbangan (*Equalibrium*)

Keseimbangan, kemoderatan dan kebersamaan merupakan prinsip etis yang wajib dilakukan dalam aktivitas maupun entitas bisnis. Prakternya dalam bisnis :

1. Tidak curang dalam timbangan atau takaran.
2. Penentuan harga berdasarkan mekanisme pasar normal.

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan dalam hal ini adalah bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya. Implementasinya dalam bisnis :

1. Dalam islam konsep kebebasan lebih tertuju pada kerja sama, bukan persaingan apalagi sampai mematikan usaha orang lain.
2. Menetapi kontrak, baik kontrak dengan rekan bisnis ataupun pekerja.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Tanggung jawab dalam artian seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. Aplikasinya dalam bisnis :

1. Upah harus sesuai
2. Menghindari Gharar

e. Kebenaran (*IBenevolence*)

Kebenaran dalam hal ini juga meliputi kebijakan dan kejujuran. Maksud dari kebenaran tersebut adalah niat, sikap dan perilaku besar dalam melakukan berbagai proses, baik transaksi, memperoleh komoditas, pengembangan produk maupun proses dalam memperoleh keuntungan. Prakteknya dalam bisnis menurut Al-Ghazali :

1. menerima pengembalian barang.
2. Memberikan zakat atau sedekah.
3. Membayar utang sebelum penagih datang.
4. Sikap kesukarelaan antara kedua belah pihak.
5. Adanya sikap ramah, toleran baik dalam menjual, membeli maupun menagih hutang.
6. Jujur dalam setiap proses.
7. Memenuhi janji dalam transaksi bisnis.³⁷

Etika bisnis ini menjadi penting karena tanpa etika dalam berbisnis, maka bisnis dapat merugikan orang lain seperti mitra bisnis ataupun konsumen lainnya. Etika bisnis menjadi penting karena tidak hanya fokus untuk mendapatkan profit semata bagi perusahaan, tapi juga pemenuhan hak-hak atas konsumen dan lingkungan lainnya. Islam mengajarkan tentang etika bisnis sebagai mana dalam Al-Quran.³⁸

³⁷ Sri Nawatmi, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Fokus Ekonomi (FE)*, Vol 9, No 1 (April 2010): 50-58

³⁸ Nila Astuti Harahap, 26.

Etika bisnis islam adalah tuntutan terhadap kegiatan bisnis yang didasarkan atas nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Quran, yang di dalamnya dapat nilai luhur dan terpuji (*mahmudah*). Etika bisnis islam merupakan kebiasaan yang menghubungkan satu orang dengan beberapa orang lainnya dalam kegiatan bermuamalah secara syari'ah dan tidak bertentangan dengan Al-Quran dan Sunnah.

2. Pengertian Loyalitas Konsumen

Secara harfiah loyal artinya setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan tersebut muncul tanpa adanya paksaan, tapi muncul dari kesadaran diri sendiri pada masa sebelumnya. Menurut Griffin menyatakan "*Loyalti is defided as non random purchase expressed over time by same decision making unit*", berdasarkan pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa loaylitas lebih ditujukan kepada perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit pengambilan keputusan.³⁹

Loyalitas pelanggan sangat dibutuhkan untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Loyalitas pelanggan merupakan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun ada pengaruh situasi atau berbagai usaha pemasaran yang mengakibatkan perpindahan merek, suatu perusahaan membutuhkan strategi

³⁹ Moch. Choirul Fahmi, "*Penerepana Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko Bursa Sajadah Surayabaya*", (UIN Sunan Ampel: 2019), 38.

pemasaran yang efektif dan efisien agar mendapatkan loyalitas konsumen.⁴⁰

Loyalitas pelanggan disuatu perusahaan dapat dikatakan baik jika memenuhi 3 indikator yang diantaranya:

a. *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk)

Repeat purchase adalah salah satu komponen penting yang didalamnya terdapat komitmen yang dipegang oleh pelanggan yang digunakan untuk mendukung atau membeli produk atau jasa yang disenangi. *Repeat Purchase* tidak memengaruhi pelanggan untuk berpindah kepada produk lain dalam waktu lama walaupun situasi berpengaruh dan pemasaran mengakibatkan pelanggan berpindah kepada kompetitor lainnya.

b. *Retention* (ketahanan perusahaan terhadap pengaruh yang bersifat negative)

Retention adalah situasi di mana konsumen tetap yakin dan konsisten dalam membeli produk atau jasa pada perusahaan yang sama meskipun terdapat perubahan dari citra perusahaan serta tarikan yang sangat kuat yang dilakukan oleh kompetitor lainnya. Dalam hal ini konsumen tetap menolak untuk memakai produk atau jasa yang berbeda sebagai jalan keluar yang ditawarkan oleh pesaing lainnya.

⁴⁰ Akhyar Syafa'at, dan Ahmad Afif, 23.

c. *Referral* (merefereasikan secara total esistensi perusahaan)

Referral adalah situasi dimana konsumen melakukan promoi secara tidak langsung. Faktor terjadinya hal ini karena pelanggan merasakan kepuasan pada produk atau jasa yang telah dibeli sehingga muncul adanya riview atau testimoni produk yang disampaikan dengan berbagai cara maupun secara langsung atau secara tidak langsung yang berkaitan dengan keunggulan yang dimiliki oleh produk atau jasa dari perusahaan yang telah membuatnya.⁴¹



⁴¹ Resti Kartika Maharti, Arasy Fahrullah, "Penerapan Etika Bisnis Syariah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yayasan Aqiqoh Nurul Hayat Surabaya", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam E-ISSN: 2686-260X, Volume 4, Nomor 1, (2021): 207-218.*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Metode penelitian secara umum dimengerti sebagai suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan secara bertahap dimulai dengan penentuan topik, pengumpulan data dan analisis data, sehingga nantinya diperoleh suatu pemahaman dan pengertian atas topik, gejala atau isu tertentu.⁴² Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang mengharuskan peneliti terjun langsung ke lapangan.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif jenis penelitian deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan mengumpulkan data dari fakta-fakta dan menguraikannya secara menyeluruh dan meneliti sesuai persoalan yang akan dipecahkan. Adapun yang menjadi pertimbangan penulis menggunakan metode kualitatif yaitu; Pertama, penulis menyajikan langsung hakikat hubungan antara penulis yang juga sebagai responden agar lebih efektif dan efisien. Kedua, data yang disajikan dalam penelitian ini diantaranya diperoleh melalui observasi mendalam, wawancara dan analisis dokumen dan fakta yang kemudian ditarik kesimpulan.

Menurut Nana Syaodih Sukmadinata, penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis peristiwa, aktifitas social dan sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran

⁴² J.R. Raco, “*Metode Penelitian Kualitatif jenis, karakteristik dan keunggulannya*” (Jakarta: Grasindo, 2013),3.

seseorang secara individu maupun kelompok. Beberapa deskripsi tersebut digunakan untuk memmenkan prinsip-prinsip dan penjelasan yang menuju kepada sebuah kesimpulan.⁴³

B. Lokasi Penelitian

Untuk mendapatkan informasi dalam menyusun penelitian sesuai dengan judul diatas maka dalam hal ini penelitian akan dilakukan di Kabupaten Bondowoso, Khususnya di Toko El-Aqsho Mart yang bertempat di Jl Pakem, Desa Pakem, Kecamatan Pakem, Jawa Timur, 68253. Alasan peneliti mengambil tempat ini karena berdasarkan hasil observasi peneliti Toko El-Aqsho Mart adalah toko yang banyak memiliki konsumen tetap (pembelian secara berulang) daripada toko sejenisnya. Toko El-Aqsho Mart juga memiliki beberapa karyawan loyal, hal tersebut lah yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian pada toko El-Aqsho Mart.⁴⁴

C. Subyek Penelitian

Dalam hal menentukan subyek peneliti menggunakan Teknik *purposive* yaitu dengan menentukan informan yang representatif dengan pertimbangan tertentu. Dengan pertimbangan tersebut adalah informan yang dianggap paling paham dan mengetahui terhadap penerapan etika bisnis dalam meningkatkan loyalitas konsumen di toko El-Aqsho Mart. Adapun informan yang akan membantu menyelesaikan penelitian ini sebagai berikut:

⁴³ Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung; Remaja Rosdakarya, 2001), 155.

⁴⁴ Observasi di Toko El-Aqsho Mart, 15 Oktober 2024

1. Syauqi Rizaldi S.Pd (Manager Toko El-Aqsho Mart)
2. Zahro Tri Agustin (Kasir)
3. M Hidayatul Rendy (Kepala Gudang)
4. Siti Hatima (Konsumen)
5. Ulfa Umairiyah S (Konsumen)

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan 3 cara teknik pengumpulan data, diantaranya adalah :

1. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, pada umumnya sumber data utamanya (Primer) adalah manusia yang berkedudukan sebagai informan. Oleh karena itu wawancara merupakan teknik mendalam untuk menemukan data yang utama, sangat memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data sebanyak-banyaknya, yang lengkap dan mendalam.⁴⁵

Penelitian ini melakukan Wawancara dalam bentuk *semi structured*, yang dalam hal ini pertama peneliti menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, setelah itu satu persatu pertanyaan diperdalam untuk mencari keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban yang di dapatkan bisa meliputi semua variabel, dengan keterangan lengkap dan mendalam.

⁴⁵ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta: 2014), 124

2. Observasi

Observasi yakni teknik pengumpulan data yang mewajibkan peneliti terjun langsung kelapangan untuk mengamati hal-hal yang berkaitan dengan pelaku, ruang, tempat, kegiatan, peristiwa, waktu, perasaan dan tujuan.⁴⁶ Metode ini memang mewajibkan peneliti terjun langsung kejalan dengan melihat realita dan fakta yang sebenarnya.

Observasi pada penelitian ini memfokuskan kepada implementasi, persepsi konsumen dan pengaruh etika bisnis syariah terhadap loyalitas konsumen pada sebuah usaha ritel.

Dalam hal ini peneliti hanya fokus kepada data yang diperlukan sesuai dengan masalah yang ada dalam penelitian. Metode yang akan digunakan adalah pengamatan secara terbuka dengan mematuhi etika penelitian dan tanggung jawab profesi dalam proses pencarian ilmu pengetahuan.⁴⁷

3. Dokumentasi

Dalam data penelitian kualitatif dapat diperoleh dari sumber manusia *human resource*, melalui wawancara dan observasi. Metode ini digunakan untuk memperoleh bukti-bukti atau data pada proses implementasi, persepsi konsumen dan pengaruh etika bisnis syariah terhadap loyalitas konsumen pada sebuah usaha ritel di toko El-Aqsho Mart, seperti foto dan dokumen yang relevan.

⁴⁶ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama, 2015), 104.

⁴⁷ Nugrahani, *Metode Penelitian*,137.

E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Interactive Model Of Data Analysis*. Yang mana model analisis ini mempunyai empat tahap utama, *Pertama*, pengumpulan data, pada bagian ini peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. *Kedua*, Kondensasi data, bagian ini merupakan proses memilih, menyederhanakan, dan mengabstraksi data yang relevan. *Ketiga*, Penyajian data, kemudian peneliti menyajikan data dalam bentuk tabel, grafik, atau narasi agar lebih mudah dipahami. *Keempat*, penarikan kesimpulan, untuk dapat menarik kesimpulan perlu kiranya untuk menganalisis pola, tema, dan makna dalam data untuk menarik kesimpulan yang valid.⁴⁸

F. Keabsahan Data

Keabsahan data sangat penting dalam lingkup penelitian agar hasil dari penelitian dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan, dalam hal ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas sebuah data dengan cara malakukan penecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data contohnya dari hasil wawancara, dokumen dan foto.⁴⁹ Teknik ini mengajarkan agar dalam

⁴⁸ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi (Jakarta: UI Press, 2014), hlm. 16

⁴⁹ Andarusni Alfansyur, dan mariyani, "Seni Mengolah Data : Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial", *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, Vol 5, No. 2 (Desember 2020): 146-150.

mengumpulkan dan menggali kebenaran informasi peneliti harus melalui berbagai sumber perolehan data seperti halnya referensi dan sebagainya.

G. Tahap Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, ada 3 tahap yang akan dilakukan yaitu :

1. Tahap Sebelum Lapangan
 - a. Menyusun rencana penelitian
 - b. Memilih lapangan penelitian
 - c. Menentukan fokus penelitian
 - d. Konsultasi fokus penelitian
 - e. Menghubungi lokasi penelitian
 - f. Mengurus perizinan
2. Tahap Penelitian Lapangan
 - a. Memahami latar belakang dan mempersiapkan diri
 - b. Mengunjungi lapangan
 - c. Pengumpulan data
 - d. Pencatatan data
 - e. Menganalisis data
3. Tahap Akhir Penelitian Lapangan
 - a. Menyusun hasil penelitian
 - b. Konsultasi hasil penelitian
 - c. Memperbaiki hasil penelitian

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini berlokasi di Jl. Pasar Pakem, Desa Pakem Kecamatan Pakem, Kabupaten Bondowoso. Guna memperjelas gambaran objek penelitian ini, maka peneliti akan mencantumkan beberapa hal, diantaranya :

1. Profil Toko El-Aqsho Mart

El-Aqsho Mart merupakan minimarket yang berlokasi di Jalan Pasar Pakem RT 013 RW 005, Desa Pakem, Kecamatan Pakem, Kabupaten Bondowoso. El-Aqsho Mart resmi didirikan pada tanggal 12 Maret 2023. Motto dari toko El-Aqsho Mart adalah “Belanja Murah Barokah”, yang diartikan bahwa produk yang dijual di toko El-Aqsho Mart memiliki harga yang terjangkau dan dengan berbelanja toko tersebut akan mendapat berkah, karena transaksi dan pengelolaan toko dilakukan dengan berasaskan prinsip-prinsip atau nilai-nilai keislaman.

El-Aqsho Mart mulai beroperasi dari pukul 06.30 hingga pukul 20.30 pada malam hari. Minimarket ini menyediakan berbagai macam barang mulai dari bahan-bahan pokok seperti beras, cemilan, minuman, perawatan tubuh, dan lain sebagainya. El-Aqsho Mart juga menawarkan barang dengan harga ecer maupun harga grosir. Selain itu, El-Aqsho Mart juga mempunyai dua opsi transaksi yang bisa dipilih oleh pembeli, yakni transaksi langsung ke toko atau transaksi

secara online yang kemudian akan dikirimkan ke tempat yang diinginkan pelanggan.⁵⁰

2. Letak Geografis Toko El-Aqsho Mart

Secara geografis toko El-Aqsho Mart terletak di Dusun Batu Putih, Desa Pakem Kecamatan Pakem, Kabupaten Bondowoso.⁵¹

3. Struktur Jabatan Toko El-Aqsho Mart

Adapun struktur jabatan di Toko El-Aqsho Mart antara lain :

- a. Manager : Syauqi rizaldi. Dalam jabatan ini beliau bertanggung mengatur keluar masuknya barang ditoko, mematok harga barang, mengelola keuangan dan piutang toko, dan mengontrol kinerja karyawan.
- b. Kasir : Zahro Tri Agustin. Jabatan kasir ini mengemban tanggung jawab *pertama*, melayani transaksi jual beli barang dengan pembeli. *Kedua*, mengisi, membersihkan, dan merapikan display barang. *Ketiga*, mencatat dan membukukan segala jenis transaksi.
- c. Kepala Gudang : M. Rendy Hidayatullah. Tugas dan tanggung jawab kepala Gudang *pertama*, menyiapkan barang-barang timbangan(barang yang akan dikeluarkan dari gudang). *Kedua*, mengatur tata letak Gudang. *Ketiga*, menghubungi pelanggan dan mengantarkan pesanan (*delivery*). *Ketiga*, mendata barang-barang yang harus segera disorder.⁵²

⁵⁰ Syauidi Rizaldi, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

⁵¹ Observasi di Toko El-Aqsho Mart, 15 Oktober 2024

⁵² Syauqi Rizaldi, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

B. Penyajian Data Dan Analisis

1. Implementasi Etika Bisnis Syariah Di Toko El-Aqsho Mart

Dalam persepektif umum, etika seringkali diartikan sebagai perangkat yang mengatur tingkahlaku manusia. Etika ini merupakan petunjuk bagi manusia terhadap apa yang harus dilakukan (halal) dan apa yang tidak boleh dilakukan (haram). Dengan begitu, adanya etika bisa membuat kehidupan manusia di dunia ini damai dan nyaman. Etika bisnis syariah merupakan salah satu bentuk implementasi nilai-nilai keislaman terhadap sebuah bisnis. Etika bisnis syariah bersumber langsung pada Al-Quran⁵³, sebagaimana firman Allah SWT :

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكُظُمِينَ الْغَيْظِ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ
الْمُحْسِنِينَ

"(yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan".⁵⁴

Sebagaimana juga sering kali kita jumpai sabda Rasulullah terhadap pembahasan akhlak, yang artinya :

“Sesungguhnya orang yang terbaik dari kalian adalah orang yang terbaik akhlaknya artinya orang yang baik itu orang yang tidak bertutur kata/bersikap keji, melainkan orang yang menjaga setiap perilakunya terhadap orang lain.”⁵⁵

“Kaum mukminin yang paling sempurna imannya adalah yang paling baik akhlaknya (di antara mereka), maksudnya adalah setiap

⁵³ Husnul Khotimah Sylvia, Rizki Annisa dan Nurafifah Zahra, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Perbankan Syariah”, *El-Arbah : Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Perbankan Syariah* 2.02 (2018): 83-101.

⁵⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Maryam: Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 230.

⁵⁵ Dikeluarkan oleh Al-Bukhari dalam Shahihnya: Adab/39, 7/82. Muslim dalam Shahihnya: Al-Fadhail/16, hadits (68), 4/1810.)

seseorang memiliki keimanan yang berbeda-beda, dan yang paling sempurna imannya adalah yang paling baik akhlaknya karena akhlak yang baik bagian dari iman dan hilangnya akhlak yang baik dari seseorang tandanya kurangnya iman.”⁵⁶

“pergaulilah manusia dengan akhlak yang mulia. Dalam konteks ini seseorang muslim harus bergaul dengan orang lain yang sama baik akhlaknya, karena akhlak yang baik adalah bagian dari sifat takwa seseorang terhadap Tuhannya, dan takwa tersebut tidak sempurna kecualinya dengannya.”⁵⁷

Akhlak, adab dan etika yang kemudian diadopsi menjadi tata nilai dan norma, kemudian tata nilai dan normalah yang mengatur tingkah laku seorang muslim untuk menjaga, memelihara bahkan mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk pada tata nilai dan norma dalam aktivitas bisnis.

Islam mengajarkan banyak hal tentang kehidupan bermasyarakat, tentunya islam juga tidak membiarkan begitu saja seorang muslim menghalalkan segala cara untuk mencapai keinginannya seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan yang batil (dilarang) lainnya. Akan tetapi di dalam islam ada garis pemisah atau batasan-batasan antara mana yang boleh dan yang tidak boleh, mana yang haq dan mana yang batil, mana yang halal dan mana yang haram. Batasan-batasan itulah yang sering disebut dengan istilah etika. Oleh sebab itu penting bagi para pelaku bisnis untuk

⁵⁶ Sahih, dikeluarkan Abu Dawud (4682), At-Tirmidzi (1162)

⁵⁷ Hadist Riwayat At-Tirmidzi (1987) dan Ahmad (4/153, 158, 236)

mengintegrasikan atau mengimplementasikan nilai moral atau etika bisnis dalam lingkup bisnis di tengah masyarakat.⁵⁸

Selanjutnya penulis akan memaparkan hasil observasi dan wawancara penulis terkait implementasi etika bisnis syariah di toko El-Aqsho Mart seperti yang disampaikan oleh bapak Syauqi Rizaldi sebagai manager toko El-Aqsho Mart sebagai berikut:

“ya mas yang jelas toko kami menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah, karena menurut saya etika bisnis syariah itu sangat penting dalam menjalankan sebuah bisnis khususnya bisnis jual beli. Dan tentu saja saya menerapkan etika bisnis syariah ini untuk keberlanjutan dan juga untuk kebaikan toko ini ke depannya.”⁵⁹

Berbanding lurus juga dengan apa yang disampaikan ibu Siti Hatima selaku konsumen di toko El-Aqsho Mart:

“Menurut saya di toko El-Aqsho Mart sudah menerapkan etika bisnis syariah, karena dilihat dari segi beberapa prinsip yang dijalankan misalnya dari tanggung jawabnya dan kepada konsumen cara melayani di toko El-Aqsho Mart ini menurut saya sudah menerapkan etika bisnis syariah sesuai dengan aturannya.”⁶⁰

Dari analisis di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis syariah di toko El-Aqsho Mart sudah berjalan dengan baik, baik dari sisi manajemen maupun pengalaman konsumen. Disamping itu manajemen toko juga berkomitmen untuk menjalankan bisnis dengan prinsip syariah. Konsumen juga mengakui bahwa toko El-Aqsho Mart sudah menerapkan etika bisnis syariah dalam setiap operasionalnya. Dan dengan begitu penerapan etika bisnis syariah juga

⁵⁸ Husnul Khotimah Sylvia, Rizki Annisa dan Nurafifah Zahra, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Perbankan Syariah”, *El-Arbah : Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Perbankan Syariah* 2.02 (2018): 83-101.

⁵⁹ Syauqi Rizaldi, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

⁶⁰ Siti Hatima, diwawancarai penulis, 2 Desember 2024.

dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap toko El-Aqsho Mart, karena mereka lebih nyaman berbelanja di toko yang menjunjung prinsip-prinsip syariah.

Etika bisnis yang islami ialah sebuah perilaku seorang muslim dalam menjalankan bisnisnya berlandaskan Al-Quran dan Hadist. Dalam muamalah membolehkan sesuatu selama tidak ada larangannya.

⁶¹Adapun beberapa prinsip etika bisnis syariah:

a. Prinsip Tauhid (Kesatuan)

Prinsip kesatuan merupakan sebuah landasan yang filosofis yang kemudian dijadikan sebagai pondasi utama dalam setiap aktivitas orang muslim yang beriman. Landasan tauhid *ilahiyyah* ini mengharap semata mata hanya ridho Allah, dengan cara menjalankan sebuah bisnis sesuai dengan syariahnya.⁶²

Dalam prinsip kesatuan ini seorang pelaku bisnis hanya semata-mata mengharap ridho Allah dan merawasa diawasi oleh-Nya. Seperti yang disampaikan oleh bapak Syaqui Rizaldi sebagai manager toko EL-Aqsho Mart :

“jadi begini mas, kami disini menerapkan prinsip Keadilan, transparansi serta kejujuran dalam segala aspek manajemen yang kami terapkan dalam toko ini mas, nah setiap keputusan yang kami ambil itu harus di asaskan pada nilai-nilai syariah terutama dalam kehalalan produk, penghindaran riba dan memberikan hak-hak konsumen secara adil dan juga transparan.”⁶³

⁶¹ Ma'rifah Yuliani, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Bandung: Widina Media Utama, 2020),10

⁶² Moch. Choriul Fahmi, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko Bursa Sajadah Surabaya”, (UIN Sunan Ampel: 2019).

⁶³ Syaqui Rizaldi, Diwawancara penulis, 20 Oktober 2024.

Pernyataan diatas juga memiliki penjelasan yang sama dengan pernyataan dari bapak M. Hidayatullah Rendy sebagai kepala gudang sebagai berikut:

“Baik mas, kami disini hanya menerima produk dari pemasok yang sudah memiliki sertifikasi halal ya, dan kami selalu ngecek setiap ada pemasok yang datang kesini, apakah produknya halal atau tidak. Ya kalo halal kami bisa mempertimbangkan untuk mengambilnya. Dan untuk produk diperiksa kembali untuk memastikan tidak barang yang tidak sesuai dengan standard syariah.”⁶⁴

Berbanding lurus juga dengan apa yang disampaikan salah satu konsumen pada waktu penulis wawancarai yaitu ibu Ulfa Umayriah S sebagai konsumen, begini pernyataannya:

“tentu saja mas, saya selalu menjadi produk halal dan ditoko ini saya yakin karena toko ini benar-benar berpegang pada prinsip syariah terutama dalam kehalalan produk dan harga yang jujur”⁶⁵

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa toko El-Aqsho Mart menerapkan prinsip kesatuan atau tauhid, dimana setiap usaha dilandasi dengan prinsip-prinsip syariah serta semata-mata untuk mencari ridho Allah SWT. Begitu juga tentang kehalalan produk, di toko El-Aqsho Mart ini standar kehalalan produk dijaga sangat ketat, mulai dari pemilihan produk maupun dari pemasok-pemasok yang menawarkan produknya pada toko El-Aqsho Mart.

⁶⁴ M. Hidayatullah Rendy, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

⁶⁵ Ulfa Umayriah S, diwawancarai penulis, 19 Oktober 2024.

Prinsip kesatuan ini sangat penting karena merupakan sebuah pondasi utama dalam setiap aktivitas seorang muslim. Tidak hanya itu, produk halal harus diakui sebagai simbol kebersihan, keamanan, dan kualitas tinggi bagi konsumen muslim.⁶⁶

b. Prinsip Keadilan (Keseimbangan)

Dalam prinsip ini manusia dituntut memperlakukan semua orang secara adil. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang merasa dirugikan. Dalam dunia bisnis islam mengharuskan seorang muslim untuk selalu berbuat adil tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.⁶⁷

Dalam hal ini, tok El-Aqsho Mart sudah menerapkan prinsip keadilan berdasarkan data yang didapatkan dari konsumen yaitu ibu Ulfa Umayriah S sebagai konsumen:

“ya, saya merasa semua proses sesuai dengan prinsip syariah, tidak ada harga yang tidak jelas dan pelayanan yang diberikan sangat adil dan transparan”⁶⁸

Juga dikatan oleh ibu Siti Hatima sebagai salah satu konsumen El-Aqsho Mart juga:

“Untuk proses jual beli di toko ini menurut saya sudah sesuai ya, karena di toko ini juga misal dari segi keuntungan nah di sana juga menerapkan prinsip etika bisnis syariah, karena bisa dibilang tidak terlalu banyak mengambil

⁶⁶ Siti Indah Purwaning Yuana, Hikmatul Hasanah, “Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Peningkatan Jualan Pada UMKM” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, Vol. 1, No. 2, (November 2021), 105.

⁶⁷ Moch. Choriul Fahmi, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko Bursa Sajadah Surabaya”, (UIN Sunan Ampel: 2019).

⁶⁸ Ulfa Umayriah S, diwawancarai penulis, 19 Oktober 2024.

keuntungan, misalnya seperti itu. Dan prosesnya juga proses jual belinya juga sangat amanah dan jika ada beberapa hal semisal ada barang-barang yang lupa atau barang-barang yang rusak dari toko itu bisa diganti atau ditukar sebagaimana mestinya.”⁶⁹

Hal tersebut juga sama dengan pernyataan manager toko

El-Aqsho Mart yaitu Bapak Syauqi Rizaldi :

“jadi begini mas, kami disini menerapkan prinsip Keadilan, transparansi serta kejujuran dalam segala aspek manajemen yang kami terapkan dalam toko ini mas, nah setiap keputusan yang kami ambil itu harus di asaskan pada nilai-nilai syariah terutama dalam kehalalan produk, penghindaran riba dan memberikan hak-hak konsumen secara adil dan juga transparan.”⁷⁰

Begitu juga keterangan dari kasir toko El-Aqsho Mart yaitu

ibu Zahro tri Agustin sebagai berikut :

“kalo tantangan pasti ada mas, seperti halnya ketika konsumen menginginkan diskon yang tidak sesuai, kami harus menjelaskan ulang dan memberi pemahaman kepada konsumen tersebut mas, bahwa harga yang tertera itu sudah ditetapkan secara adil dan sesuai dengan prinsip syariah tanpa ada taktik yang merugikan.”

“ya memang semua harga produk disini sudah ditetapkan dengan wajar dan setiap harga sudah melalui perhitungan yang sesuai standard syariah tanpa ada unsur ketidakpastian.”⁷¹

Berdasarkan data dari beberapa infoman di atas dapat disimpulkan bahwa toko El-Aqsho Mart sudah menerapkan prinsip keadilan dalam operasionalnya. Seperti transparansi harga, pelayanan yang adil serta apabila ada barang yang rusak dapat dikembalikan ke toko El-Aqsho Mart yang kemudian ditukar

⁶⁹ Siti Hatima, diwawancarai penulis, 2 Desember 2024.

⁷⁰ Syauqi Rizaldi, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

⁷¹ Zahro Tri Agustin, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

dengan barang yang kualitasnya lebih baik. Toko El-Aqsho Mart juga tidak mengambil keuntungan yang berlebihan, hal ini menunjukkan kepatuhan toko terhadap prinsip-prinsip etika bisnis syariah. Meskipun dalam penerapannya terdapat banyak tantangan seperti permintaan diskon yang berlebihan namun toko El-Aqsho Mart dengan sabar mengedukasinya. Penerapan prinsip keadilan ini berkontribusi besar terhadap loyalitas konsumen terhadap toko El-Aqsho Mart.

c. Prinsip Kehendak Bebas

Tidak merugikan kepentingan kolektif maupun individu dalam proses jalannya management usaha merupakan sebuah bentuk penerepan dari konsep kehendak bebas dalam prinsip etika bisnis syariah. Dengan adanya kebebasan pelaku usaha akan mendorong pelaku usaha untuk aktif berkarya sesuai dengan potensi yang dimiliki, begitu juga dalam bisnis ritel kebebasan konsumen akan mendorong konsumen untuk lebih aktif dalam membeli atau bertransaksi sesuai dengan apa yang diinginkan.⁷²

Seperti yang diampaikan ibu Ulfa Umayriah S sebagai konsumen:

“saya sangat puas mas dengan management toko El-Aqsho Mart ini, mereka sangat terbuka dan jujur dalam bertransaksi, ya pokoknya belum ada lah toko sekitar sini yang pelayanannya seperti El-Aqsho Mart ini, entah dari

⁷² Resti Kartika Maharti, Arasy Fahrullah, “Penerapan Etika Bisnis Syariah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yayasan Aqiqoh Nurul Hayat Surabaya”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam E-ISSN: 2686-260X, Volume 4, Nomor 1, (2021): 207-218.*

penetapan harga yang selalu dibawah toko-toko lain atau dari pelayannya.”⁷³

Dikatakan juga oleh bapak Syauqi Rizaldi bahwa toko El-Aqsho Mart memberi kebebasan kepada konsumen untuk menyampaikan apa yang dibutuhkan, ini pernyataannya:

“yang jelas kami pertama harus menjaga kehalalan produk yang kami jual mas, itu hal yang harus kami utamakan. Dan juga pelayanan yang ramah juga hal yang selalu kami perhatikan, transparansi mengenai harga entah itu penurunan atau kenaikan harga kami selalu informasikan kepada pelanggan, serta timbangan yang tadi sudah saya sampaikan selalu kami paskan kalau 1 Kg yang 1 Kg tidak kurang dan tidak lebih, dan kami juga mendengarkan kebutuhan dan keluhan konsumen mas, jadi kalau misal konsumen ada ngeluh ada produk yang mungkin kadaluarsa atau bagaimana itu pasti kami perhatikan kami dengarkan. Dan apabila kadaluarsa itu bisa ditukar mas.”⁷⁴

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa toko El-Aqsho Mart menerapkan prinsip kehendak bebas dalam bisnisnya tersebut. Seperti halnya toko El-Aqsho Mart memberi kebebasan kepada konsumen dalam memilih sesuai kebutuhannya.

d. Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan hal yang wajib bagi kita semua dalam hal apapun. Dalam berbisnis tentunya ada aturan dan tanggung jawab yang harus kita kerjakan. Dalam etika bisnis syariah sifat bertanggung jawab berarti kita siap bertanggung jawab dengan segala konsekuensinya. Prinsip tanggung jawab tidak hanya ada dalam dunia pekerjaan akan tetapi dalam

⁷³ Ulfa Umayriah S, diwawancarai penulis, 19 Oktober 2024.

⁷⁴ Syauqi Rizaldi, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

menjalankan hidup kita harus memiliki prinsip dalam bertanggung jawab. Prinsip tanggung jawab akan melahirkan suatu perusahaan yang kokoh dan kuat karena didalamnya terdapat orang-orang yang bekerja dengan maksimal untuk menjalankan tanggung jawab masing-masing dan bersikap adil.⁷⁵

Dalam pelaksanaan wawancara penulis dengan manager toko El Aqsho Mart yakni bapak Syauqi Rizaldi menyatakan:

“Jadi kami itu memiliki kebijakan bahwa semua pemasok atau gampangnya itu sales gitu dah ya, nah itu harus memberikan sertifikasi halal untuk produk yang dikirimkan dan juga untuk ke karyawan kami memberi atau menerapkan maksud saya untuk pembeli kami harus menerapkan transparansi dalam harga mas dan juga untuk ke karyawan kami ada semacam pelatihan atau pemberian pemahaman mengenai etika bisnis syariah itu seperti apa dan juga bagaimana penerapannya dalam toko ini, tentu saja itu harus dipatuhi oleh semua karyawan yang ada di sini.”

“Jadi khusus untuk mungkin karyawan baru ya mas, itu sebelum masuk hari kerja itu selalu saya briefing bagaimana toko ini secara umum atau secara umum dan juga tentu mengenai etika bisnis syariah ini mas, nah dan setiap bulannya kami juga mengadakan evaluasi secara rutin mengenai bagaimana implemetasi etika bisnis syariah selama perbulannya gimana dan juga untuk memastikan setiap bulannya bagaimana karyawan itu kinerjanya disesuaikan dengan nilai-nilai etika bisnis syariah.”⁷⁶

Prinsip tanggung jawab yang diterapkan toko El-Aqsho Mart memang sangat diperhatikan, seperti apa yang disampaikan oleh bapak M. Hidayatullah Rendy selaku kepala gudang di toko El-Aqsho Mart:

⁷⁵ Resti Kartika Maharti, Arasy Fahrullah, “Penerapan Etika Bisnis Syariah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yayasan Aqiqoh Nurul Hayat Surabaya”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam E-ISSN: 2686-260X, Volume 4, Nomor 1*, (2021): 207-218.

⁷⁶ Syauqi Rizaldi, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

“Kami memiliki prosedur inspeksi ketat disini mas dan semua produk harus melalui proses verifikasi, jika ada keraguan tentang kehalalan produk kami langsung mengembalikan kepada pemasok dan tidak menaruhnya digudang.”

“selain memastikan produk halal kami juga memperhatikan penyimpanan produk mas, seperti kebersihan dan keamanan, kami juga menghindari produk yang merugikan konsumen dalam jangka panjang, artinya gudang itu dicek secara berkala.”⁷⁷

Berdasarkan hasil analisis data di atas toko El-Aqsho Mart sudah menerapkan prinsip tanggung jawab, dengan memastikan setiap produk yang dijualnya, baik dari segi kehalalan, keamanan, serta sesuatu yang sekiranya tidak merugikan konsumen.

e. Prinsip Ihsan (Kejujuran/kebenaran)

Kejujuran merupakan hal yang sangat penting dalam berbisnis, banyak sekali hal positif yang dapat kita ambil jika kita jujur dalam berbisnis. Diantaranya yaitu kita bisa lebih mudah untuk memiliki pelanggan tetap, konsumen akan merasa nyaman dan karyawanpun akan betah dalam bekerja. Dalam berbisnis prinsip kejujuran akan membangun kepercayaan, menjaga nama baik perusahaan dan usia bisnis akan lebih lama karena tidak ada pihak yang saling merugikan. Dalam prinsip ini juga memberikan kepatuhan berbagai hal misalnya membuat kontrak kerja dengan karyawan, berkomitmen dengan investor dan membuat perjanjian yang harus disepakati bersama.

⁷⁷ M. Hidayatulah Rendy, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

Seorang muslim dalam berbisnis harus mampu menerapkan sifat jujur dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam hal bermuamalah, hal tersebut sudah dijelaskan dalam Al-Quran Surat At-Taubah ayat ke 119 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman. Bertakwalah kepada Allah dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar.”⁷⁸

Perilaku pemilik bisnis dalam penerapan prinsip ihsan atau kejujuran ini dimana pelaku bisnis bisa mengimplemetasikan pada setiap aspek kejujuran dalam setiap operasionalnya, baik dari segi kehalalan produk, penetapan harga maupun kualitas produk. Hasil wawancara penulis dengan bapak Syauqi Rizaldi menyatakan bahwa:

“jadi gini mas, kami disini menerapkan prinsip keadilan, selain keadilan ada juga prinsip transparansi serta kejujuran dalam segala aspek manajemen yang kami terapkan dalam toko ini mas.”⁷⁹

Dalam dunia bisnis konsumen maupun mitra sangat mengharapkan kejujuran dalam bertransaksi yang mana dalam hal ini kejujuran terwujud saat pedagang tidak curang dalam pengelolaan toko, seperti halnya takaran, penetapan harga dan lain sebagainya.

Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan bahwa toko El-Asho Mart sudah menerapkan prinsip kejujuran seperti halnya

⁷⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Maryam: Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 245.

⁷⁹ Syauqi Rizaldi, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

transparansi harga, menginformasi setiap produk kalau ada diskon, komitmen terhadap kehalalan produk,

2. Peranan Etika Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Di Toko El-Aqsho Mart

Menurut penelitian yang pernah dilakukan mengatakan bahwa penerapan etika bisnis syariah dalam suatu perusahaan dapat berdampak pada tingkat loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk bertahan dalam berlangganan suatu produk atau kembali melakukan pembelian ulang baik sekarang atau dimasa mendatang, meskipun terdapat pengaruh situai atau upaya-upaya pemasaran perusahaan lain yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penulis dengan stakeholder dan beberapa konsumen toko El-Aqsho Mart penulis akan mengungkapkan bagaimana peranan etika bisnis syariah dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Seperti yang dikatakan bapak Syauqi Rizaldi sebagai manager toko El-Aqsho Mart:

“yang jelas singkatnya itu mas dengan adanya etika bisnis syariah dengan menerapkan etika bisnis syariah itu yang jelas hubungan antara toko dengan konsumen itu jauh lebih baik, itulah intinya. Ya mungkin karena mereka merasa dihargai dan juga mendapatkan hak-haknya dan juga diperlakukan dengan jujur dan juga transparan seperti itu mas. Dan yah hal inilah yang dapat membangun kepercayaan konsumen jangka panjang dan seterusnya kedepannya.”⁸⁰

Dengan menerapkan etika bisnis syariah toko El-Aqsho Mart

⁸⁰ Syauqi Rizaldi, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

mengalami peningkatan loyalitas konsumen seperti yang dikatakan bapak Syauqi Rizaldi sebagai berikut:

“ya mas, saya rasa itu sangat meningkatkan loyalitas konsumen. Kami lihat tiap harinya tuh pasti ada tambahan pelanggan tetap mas. Itu menurut saya sepemahaman saya karna ya prinsip etika bisnis syariah itu mas, karena kami menerapkan itu jadi pelanggan terus berdatangan seperti itu mas, kami yakin mereka juga mendapatkan hak-haknya sebagai pembeli dan juga pelayanan yang ramah karena produk yang kami jual itu juga bersertifikasi halal. Takaran untuk barang-barang timbangan itu mas, itu juga gak kami lebihin gak kami kurangi, kami selalu pas kan timbangan itu mas, mau itu seperti gula, telur dan juga intinya seperti barang-barang yang ditimbang itu mas pasti pas.”⁸¹

Hal serupa juga dikatakan oleh ibu Zahro Tri Agustin sebagai kasir terkait kepercayaan konsumen terhadap toko sebagai berikut:

“kalo untuk terkait hal ini mas mungkin saja ya, karena konsumen sering menyatakan bahwa mereka itu merasa nyaman dan mereka juga merasa percaya dengan toko ini karena kami selalu jujur dalam setiap bertransaksi.”⁸²

Dari pernyataan di atas diambil kesimpulan bahwa etika bisnis syariah memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen, terutama dalam usaha toko ritel.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, alasan pelanggan berbelanja di Toko El-Aqsho Mart salah satunya karena penerapan etika bisnis syariah, seperti yang dikatakan ibu Ulfa Umayriah S sebagai berikut:

“ya tentu saja mas, penerapan etika syariah menjadi alasan utama saya berbelanja disini, saya merasa lebih tenang dan yakin bahwa produk yang saya beli sesuai dengan ajaran agama saya.”⁸³

Hal serupa juga disampaikan oleh ibu Siti Hatima terkait alasan

⁸¹ Syauqi Rizaldi, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

⁸² Zahro Tri Agustin, diwawancarai penulis 20 Oktober 2024.

⁸³ Ulfa Umayriah S, diwawancarai penulis 19 Oktober 2024.

mengapa berbelanja di toko El-Aqsho Mart sebagai berikut:

“oh ya, jadi alasan saya berbelanja di toko El-Aqsho Mart ini selain disana juga menerapkan etika bisnis syariah, disana juga pelayanannya sangat ramah. Jadi mereka para karyawan yang bekerja disana itu menghormati, sopan santunya juga bagus, ya menghargai konsumen pelanggan, jadi pelayannya itu sangat baik. Jadi membuat para pembeli itu merasa nyaman ketika membeli disana karena keramahan dari karyawan dan juga dari segi harga lebih murah seperti itu.”⁸⁴

Pihak toko juga percaya bahwa dengan menerapkan etika bisnis syariah bisa membuat konsumen lebih loyal, seperti yang disampaikan oleh bapak M. Hidayatullah Rendy selaku kepala gudang sebagai berikut:

“tentu saja, konsumen merasa lebih tenang dan percaya. Karena mereka yakin bahwa sesuai produk yang kami tawarkan halal dan dipilih dengan ketat sesuai prinsip syariah.”⁸⁵

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis syariah merupakan faktor utama dalam membangun loyalitas kosumen terhadap toko El-Aqsho Mart. Kepercayaan konsumen terhadap kehalalan dan ke-transparansian toko juga menjadi daya tarik utama yang membuat pelanggan tetap loyal terhadap tok El-Aqsho Mart. Tidak hanya ini pelayanan yang raman serta penetapan harga yang adil menjadi hal yang penting juga dalam membangun loyalitas konsumen. Oleh karena itu manager toko yakin bahwa dengan menerapkan etika bisnis syariah dapat meningkatkan atau membangun loyalitas konsumen dengan dibuktikan dengan bertambahnya pelanggan toko

⁸⁴ Siti Hatima, diwawancarai penulis, 2 Desember 2024.

⁸⁵ M. Hidayatullah Rendy, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

setiap harinya.

El-Aqsho Mart juga memiliki strategi dalam meningkatkan loyalitas konsumen, hal tersebut diungkapkan oleh bapak Syauqi Rizaldi sebagai berikut:

“Untuk strategi yang kami terapkan itu demi mempertahankan kepercayaan dan juga loyalitas konsumen yang jelas kami pertama harus menjaga kehalalan produk yang kami jual mas, itu hal yang harus kami utamakan dan juga pelayanan yang ramah itu juga hal yang selalu kami perhatikan, transparansi mengenai harga maupun ada penurunan kenaikan harga kami selalu informasikan kepada pelanggan, serta timbangan yang tadi sudah saya sampaikan, selalu kami pas kan kalo satu kilo ya satu kilo kalo setengah kilo ya setengah kilo gak kurang gak lebih, serta kami juga mendengarkan kebutuhan juga keluhan konsumen mas, jadi kalo semisal konsumen ada ngeluh ada produk mungkin yang kadaluarsa atau gimana itu pasti kami perhatikan, kami dengarkan.”⁸⁶

Selain itu, pihak toko juga menjaga kualitas dan keamanan produk sebagai strategi dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Kualitas yang baik akan menjadikan kesan yang baik dari konsumen kepada toko. Hal tersebut disampaikan oleh bapak M, Hidayatullah Rendy sebagai kepala gudang sebagai berikut:

“Kami selalu memantau kualitas produk secara berkala mas, memastikan produk dalam kondisi baik sebelum dijual dan menjaga keamanan produk dari awal hingga sampai ke tangan konsumen. Kami selalu melakukan fefo, fefo itu istilahnya dalam dunia ritel itu first in first out. Jadi barang yang pertama masuk ke rak display kami majukan, yang barang baru keluar dari dalam gudang kami taruh di paling belakang.”⁸⁷

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa peranan etika bisnis syariah menjadi hal yang penting dalam meningkatkan

⁸⁶ Syauqi Rizaldi, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

⁸⁷ M. Hidayatullah Rendy, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

loyalitas konsumen. Karena dengan menerapkan etika bisnis syariah toko El-Aqsho Mart mendapat respon yang positif dari konsumen, seperti yang disampaikan oleh ibu Zahro Tri Agustin dalam wawancara sebagai berikut:

“Untuk respon konsumen sendiri itu sangat positif mas, saya juga sangat senang. Kadangkala mereka itu memuji keterbukaan dan ketransparansi yang kami berikan terutama ketika ada penjelasan tentang harga atau promosi yang sedang berjalan atau yang sedang berlangsung.”⁸⁸

Hal tersebut juga disampaikan oleh bapak M. Hidayatullah Rendy sebagai berikut:

“Untuk masalah tanggapan dari konsumen ya mas, banyak konsumen yang memberikan tanggapan positif, mereka merasa puas dengan kualitas produk dan ini meningkatkan loyalitas mereka kepada toko kami. Alhamdulillah sekarang konsumen itu mungkin ada dari tetangga itu semakin bertambah, dari mulut ke mulut, dari pembicaraan orang-orang, konsumen yang satu ke satu, konsumen semakin bertambah sekarang.”⁸⁹

Berbanding lurus juga dengan apa yang disampaikan oleh ibu Ulfa Umayriah S sebagai berikut:

“iya mas, karena toko ini benar-benar mempraktikkan etika bisnis syariah, saya merasa lebih nyaman dan lebih loyal berbelanja disini dibandingkan tempat lain.”⁹⁰

Hal serupa juga disampaikan oleh ibu Siti Hatima selaku konsumen ialah sebagai berikut:

“ya kalo merasa lebih loyal yang pasti saya merasa lebih loyal ya, karena disana itu gimana ya mengedepankan kepentingan pelayanan kepada pelanggannya sendiri. Dan sana juga ada semisal antar gratis untuk orang-orang yang memiliki kendala ke toko tersebut, itu bisa menggunakan kurir. Jadi di dalam toko El-Aqsho

⁸⁸ Zahro Tri Agustin, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

⁸⁹ M. Hidayatullah Rendy, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

⁹⁰ Ulfa Umayriah S, diwawancarai penulis, 19 Oktober 2024.

Mart itu ada fasilitas kurir, untuk daerah sendiri itu bisa gratis dan untuk daerah luar desa itu hanya sekitar 5000 untuk ongkir. Jadi ya pelanggan merasa nyaman karena disediakan fasilitas seperti itu misalnya dan memang di toko El-Aqsho Mart ini menurut saya itu sangat-sangat menghormati para pelanggan dan pembeli, dan karena itu mungkin lebih banyak pelanggan di El-Aqsho Mart ketimbang toko-toko lainnya. Karena saya sendiri merasa lebih nyaman lebih ya bisa dibilang loyal sebagai konsumen itu bisa dikatakan terjamin di sana dan saya juga merasa apa ya, seperti puaslah belanja disana karena ya itu pelayanannya sangat bagus,”⁹¹

Etika bisnis syariah memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada toko El-Aqsho mart, karena dengan menerapkan etika bisnis syariah berdampak terhadap tingkat kelayakan konsumen. Seperti yang di sampaikan ibu Zahro Tri Agustin sebagai berikut:

“Kalo untuk hal itu sering sekali ya mas, banyak konsumen yang kembali karena mereka merasa puas akan pelayanan kami, sepertinya mereka merasa lebih nyaman untuk berbelanja disini daripada di tempat yang lain.”⁹²

Dari hasil analisis data di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis syariah memiliki peran yang sangat signifikan dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen pada toko El-Aqsho Mart. Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas diantaranya, pelayanan yang ramah, kepercayaan konsumen terhadap toko, kualitas produk yang selalu dijaga, serta layanan tambahan seperti barang belanjaan konsumen dapat diantarkan ke rumahnya masing-masing (kurir).

⁹¹ Siti Hatima, diwawancarai penulis, 2 Desember 2024.

⁹² Zahro Tri Agustin, diwawancarai penulis, 20 Oktober 2024.

Dengan demikian, penerapan etika bisnis syariah bukan hanya sebagai prinsip moral akan tetapi juga bisa jadi sebagai strategi bisnis yang efektif yang mampu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dalam jangka panjang.

C. Pembahasan Temuan

Setelah mengidentifikasi berdasarkan data dan fakta yang telah digali oleh peneliti dalam proses observasi, wawancara, serta disempurnakan dengan dokumentasi. Pada sub bab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian berdasarkan teori yang ada pada bab sebelumnya. Berikut ini pemaparan terkait topik penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teori yang akan digunakan sebagai landasan penelitian ini.

1. Implementasi Etika Bisnis Syariah Di Toko El-Aqsho Mart.

Etika merupakan perbuatan yang ialah perilaku khususnya suatu sikap moral terkait rakyat, secara luas dimana perilaku seseorang diukur dengan baku masyarakat dalam mengukur etika seseorang.

Etika bisnis merupakan seperangkat alat moral tentang jahat dan baik, kebohongan dan kejujuran. Etika bisnis bisa didefinisikan seperangkat prinsip moral atau alat yang bisa membedakan antara haq dan yang bathil. Etika merupakan sebuah ilmu yang bersifat normativ sebab etika berperan menentukan apa yang perlu dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan.

Etika bisnis syariah dapat diartikan sebagai suatu sifat yang permanen pada jiwa manusia, yang dengannya timbul perbuatan-perbuatan yang simple tanpa membutuhkan pikiran. Dengan demikian penggunaan etika bisnis syariah dalam sebuah usaha harus sesuai dengan nilai-nilai islam.⁹³

Toko El-Aqsho Mart merupakan sebuah toko ritel yang menjual berbagai jenis makanan, bahan pokok dan kebutuhan-kebutuhan lainnya. Adapun penerepan etika bisnis syariah di El-Aqsho Mart sebagai berikut:

a. Prinsip Tauhid

Prinsip kesatuan merupakan sebuah landasan yang filosofis yang kemudian dijadikan sebagai pondasi utama dalam setiap aktivitas orang muslim yang beriman. Lalu kemudian tauhid *ilahiyah* ini mengharap semata mata hanya ridho Allah, dengan cara menjalankan sebuah bisnis sesuai dengan syariahnya.⁹⁴

Prinsip tauhid menekankan bahwa setiap aktivitas bisnis dilakukan dengan niat untuk mencari ridho Allah SWT, berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, bahwa toko El-Aqsho Mart menerepkan prinsip tauhid, yang mana setiap transaksi yang dilakukan berpedoman pada konsep syariah sebagai pondasi utama toko El-Aqsho Mart. Manager El-Aqsho Mart

⁹³ Nurmeiny Putri Ramadhany, Havis Aravik, Choirunnisak, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah vol. 3 No. 1*, (Maret: 2023).

⁹⁴ Moch. Choriul Fahmi, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko Bursa Sajadah Surabaya”, (UIN Sunan Ampel: 2019).

selaku jabatan tertinggi pada toko tersebut tidak lupa selalu mengajarkan, menekankan dan juga mengingatkan untuk selalu berbuat amanah dan ramah baik pada pembeli maupun mitra bisnis.

b. Prinsip Keadilan

Keadilan dalam bidang ekonomi dan bisnis adalah satu situasi atau keadaan di mana setiap orang memperoleh terhadap sesuatu yang menjadi haknya masing-masing. Keadilan sangat penting dalam konteks ekonomi dan bisnis yang menyangkut kepentingan atau barang yang dimiliki atau dituntut oleh berbagai pihak.⁹⁵

Keadilan dalam bisnis berarti memberikan hak yang sesuai terhadap semua pihak yang terlibat baik itu konsumen maupun mitra kerja. Berdasarkan hasil dari wawancara yang telah dilakukan pada toko El-Aqsho Mart oleh penulis sebelumnya,

bahwa toko El-Aqsho Mart sudah menerapkan prinsip keadilan seperti halnya jujur dalam takaran (tidak curang dalam timbangan), penentuan harga sesuai dengan mekanisme pasar normal (tidak mengambil keuntungan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah).

c. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam bisnis, namun bukan berarti kebebasan ini boleh mengganggu atau merugikan kepentingan orang lain maupun

⁹⁵ Paul Eduard Sujdima, *Ekonomi dan Keadilan* (Makasar: Tahta Media Group, 2022), 170.

bersama. Meskipun islam memperbolehkan untuk berinovasi dalam aktivitas bisnis, namun islam juga melarang pengikutnya untuk melakukan aktivitas yang dilarang dalam islam.⁹⁶

Islam memberikan kebebasan dalam berbisnis dengan batasan kebebasan tersebut tidak merugikan orang lain. Berdasarkan hasil wawancara, toko El-Aqsho Mart bersedia bekerja sama atau bermitra dengan siapapun seperti halnya yang disampaikan waktu wawancara. Juga El-Aqsho Mart konsisten dan bertanggung jawab terhadap kontrak-kontrak yang sedang berjalan baik dengan mitra maupun dengan karyawan.

d. Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab pada dasarnya adalah tentang mengakui dan memenuhi kewajiban terhadap pelanggan, karyawan maupun mitra bisnis dan lingkungan. Menghargai konsekuensi sosial, ekonomi dan lingkungan dari setiap tindakan dan keputusan yang diambil. Nilai tanggung jawab dalam konteks bisnis maksudnya adalah bahwa bisnis memiliki kewajiban dan tanggung jawab terhadap berbagai pihak yang terlibat dalam setiap operasional mereka.

Tanggung jawab dalam bisnis artinya setiap hubungan yang timbul dengan pelanggan harus diakui dan dipenuhi kewajibannya. Bisnis juga harus menyediakan produk serta pelayanan yang

⁹⁶ Destya Wati, Suyud Arif, Abrista Devi, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnia Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop": 144.

berkualitas, memenuhi harapan pelanggan dan menjaga hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain.

Disamping itu, bisnis juga memiliki tanggung jawab terhadap karyawannya. Juga harus memberikan kondisi kerja yang aman, nyaman, adil, menghormati hak-hak karyawan serta pengembangan karir yang berkelanjutan.⁹⁷

Tanggung jawab dalam bisnis mencakup pemenuhan kewajiban terhadap karyawan, pelanggan, dan mitra bisnis. Berdasarkan hasil wawancara, toko El-Aqsho Mart menerapkan prinsip tanggung jawab sebagaimana yang telah diuraikan oleh penulis di atas. Contoh tanggung jawab terhadap karyawan seperti keamanan dan kenyamanan bekerja, upah yang tepat waktu, dan menghindari ketidakpastian dan keraguan (gharar).

e. Prinsip Kebenaran

Prinsip kebenaran merupakan prinsip yang mencakup kebenaran dan kebajikan, maksudnya kebenaran adalah niat, sikap serta perbuatan dalam setiap aktivitas bisnis baik aktivitas bertransaksi maupun aktivitas lainnya.⁹⁸

Dalam prinsip kebenaran ini menekankan kejujuran dalam hal apapun terutama dalam bertransaksi. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan didapatkan bahwa setiap pelanggan yang mendapatkan barang yang rusak atau kadaluarsa,

⁹⁷ Fauzan et al., *Etika Bisnis dan Profesi* (Tenggarang: Indigo Media, 2023), 66.

⁹⁸ Sri Nawatmi, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Fokus Ekonomi* 9, No. 1 (April, 2010):57.

barang boleh dikembalikan dan ditukar dengan barang lainnya. Selain itu dalam hal kebajikan semua karyawan toko El-Aqsho Mart pelayanannya ramah, enak di lihat dan juga enak ketika diajak komunikasi mau transaksi.

2. Peranan Etika Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Di Toko El-Aqsho Mart.

Pada dasarnya etika merupakan suatu bidang ilmu yang mempelajari tentang standar moral yang dianut. Mengembangkan standar agar dapat dipahami dan dijustifikasi merupakan tujuan dari bidang ilmu etika tersebut.

Bidang ilmu etika bisnis dikhususkan terhadap penerapan etika dalam lingkungan bisnis. Etika bisnis adalah bidang ilmu yang mempelajari standar moral yang kemudian statandar moral tersebut dijadikan sebagai panduan atau pedoman dalam semua aktivitas bisnis.

Pada dasarnya pengetahuan tentang etika sangat diperlukan dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam bisnis. Karena bisnis memerlukan etika agar suatu bisnis tersebut dapat bertahan. Etika dibutuhkan dalam sebuah bisnis, karena perusahaan yang beretika cenderung lebih menguntungkan dalam jangka panjang dibandingkan perusahaan yang menjalankan bisnis secara tidak etis.⁹⁹

Praktek Etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang, karena dengan

⁹⁹ Laila Refiana Said, *Etika Bisnis* (Banjarmasin: Gcaindo, 2020), 2.

mempraktektan etika dalam berbisnis dapat mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi.¹⁰⁰

Dengan begitu maka loyalitas konsumen akan meningkat seiring berjalannya waktu. Pelanggan dikatakan loyal apabila pelanggan melakukan *repeart order* (kesetiaan terhadap pembelian produk), *retention* (Ketahanan perusahaan terhadap pengaruh yang bersifat negatif), *referral* (merefereasikan secara total esistensi peusahaan. Seperti yang dilakukan toko El-Aqsho Mart, sebuah toko yang terletak di Jl. Pasar Pakem, Desa Pakem, Kecamatan Pakem, Kabupaten Bondowoso. El-Aqsho Mart mengaplikasikan etika bisnis syariah dalam setiap operasionalnya.

El-Aqsho Mart merupakan sebuah toko ritel yang menyediakan berbagai macam produk kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan primer, Kosmetik dan aneka jenis makanan lainnya hingga beberapa jenis pakaian. El-Asho Mart sebagian besar produk yang dijualnya mengulak sendiri ke toko-toko grosiran. Dan banyak juga produk-produk *Selling in* (dari suppliers ke ritailers).

Etika bisnis syariah memiliki peran penting dalam membangun loyalitas konsumen. Bisnis yang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah cenderung lebih lebih bertahan lama atau berkelanjutan dalam jangka panjang. Dalam penelitian ini loyalitas konsumen dapat diukur melalui berbagai indikator yang diperoleh dari hasil observasi,

¹⁰⁰ Ade Irma Hayati, *Peranan Etika Dalam Bisnis* (Makassar: Tahta Media Group,2022), 134.

wawancara dan dokumentasi. Diantaranya, *Pertama*, kepercayaan konsumen. *Kedua*, kepuasan konsumen. *Ketiga*, kesetian dalam berbelanja. *Keempat*, merekomendasikan kepada orang lain.¹⁰¹

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis tentang peranan etika bisnis dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada toko El-Aqsho Mart sebagai berikut;

Toko El-Aqsho Mart mendapat citra yang baik oleh konsumen atau pelanggan karena dalam pelayanannya yang ramah dan murah senyum. Juga dengan terciptanya keseimbangan antara pembeli dan penjual sehingga melahirkan suatu bentuk sosial yang baik, tentunya tidak akan merugikan kedua belah pihak.

Di samping itu El-Aqsho mart memiliki standar produk tersendiri seperti halnya pemilihan produk yang halal, serta dapat dilihat dari kualitas produk yang akan diperjual belikan. Sehingga pembeli tidak perlu khawatir akan kondisi dan tingkat kehalalan produk yang akan mereka beli. Seperti firman Allah SWT :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ
 “wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”¹⁰²

Juga diperintakah dalam surah Al-Maidah ayat 88 sebagai berikut:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

¹⁰¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 127.

¹⁰² Kementerian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Maryam: Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012),. 260.

“Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman”¹⁰³

Apabila ada konsumen yang komplain terkait kerusakan terhadap produk, kadaluarsa dan lain sebagainya maka toko El-Aqsho Mart akan menggantinya dengan produk yang lebih baik meskipun hal tersebut dapat merugikan pihak toko, akan tetapi itulah bentuk tanggung jawabnya. Di samping itu El-Aqsho Mart tidak menutup-nutupi apabila ada cacat dari produk yang dijual, tidak memanipulasi, tidak melakukan kecurangan baik dalam segi takaran maupun penetapan harga. Karena karyawan toko El-Aqsho Mart selalu diberi pelatihan untuk bagaimana melayani konsumen sesuai dengan prinsip etika bisnis syariah.

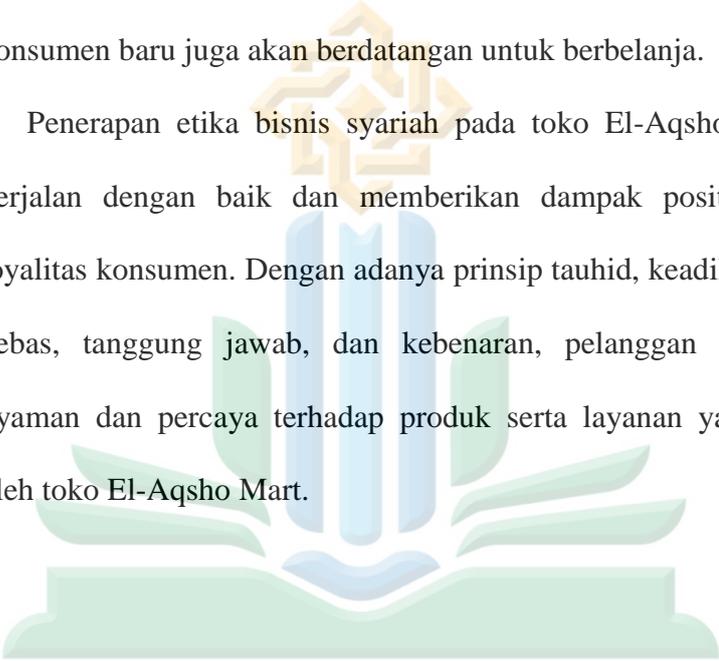
Tanggung jawab toko menjadi peran penting terhadap semua aktivitas yang terjadi, baik tanggung jawab terhadap karyawan seperti halnya upah yang diberikan selalu tepat waktu dan jumlah yang sesuai, maupun tanggung jawab terhadap hal-hal yang berkaitan dengan konsumen, dari segi pelayanan, kualitas barang, takaran yang sesuai, serta ketransparanan.

Semua hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan manager toko, kasir, kepala gudang serta konsumen seperti yang penulis paparkan di atas. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah dalam setiap aspek manajemen toko maka konsumen

¹⁰³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Maryam: Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 270.

atau pelanggan akan nyaman berbelanja di toko kita, selain itu juga ada yang secara tidak langsung mempromosikan toko kita kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung seperti di sosial media (Whatsapp, Instagram, Facebook dan lain sebagainya). Dengan seiringnya waktu maka loyalitas konsumen akan bertambah dan konsumen baru juga akan berdatangan untuk berbelanja.

Penerapan etika bisnis syariah pada toko El-Aqsho Mart sudah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap loyalitas konsumen. Dengan adanya prinsip tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran, pelanggan merasa lebih nyaman dan percaya terhadap produk serta layanan yang diberikan oleh toko El-Aqsho Mart.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka jawaban dari pokok masalah sebagai berikut:

1. Penerapan etika bisnis syariah di toko El-Aqsho Mart melalui prinsip tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran telah berjalan dengan baik. Hal tersebut tercermin dalam pelayanan yang jujur, ramah, transparansi harga, timbangan yang sesuai, serta komitmen toko El-Aqsho Mart dalam menyediakan produk yang halal dan berkualitas.
2. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah toko El-Aqsho Mart dapat menciptakan kepercayaan pelanggan serta loyalitas pelanggan terhadap toko yang terus meningkat. Konsumen merasa puas dan nyaman. Hal tersebut ditandai dengan pelanggan yang membeli secara berulang (*repeat purchase*), pelanggan tidak gampang terpengaruh dengan competitor lainnya (*retention*), dan penambahan pelanggan baru setiap harinya (*referral*).

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan kepada seluruh karyawan toko El-Aqsho Mart untuk bisa konsisten dalam menerapkan etika bisnis islam sehingga mendapatkan kepercayaan dari pelanggan maupun dari mitra kerja

sama secara berkelanjutan. Lebih-lebih bisa meningkatkan pelayanan dan menjaga kualitas produk sehingga kepercayaan terhadap toko terus berkelanjutan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa mempelajari dan mengembangkan penelitian ini dengan metode yang lebih efisien dan efektif.



DAFTAR PUSTAKA

- Abu Dawud, Sunan Abi Dawud, Riyadh: Maktabah Al-Ma'arif, 2000.
- Adawiyah, Robiatul. "Analisis Pengucapan Terima Kasih dalam Etika Bisnis Rasulullah dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Ritel Berjejaring di Kecamatan Pasongsongan, Sumenep)". Universitas Islam Indonesia, 2024
- Al-Bukhari, Shahih Al-Bukhari, Beirut: Dar Ibn Katsir, 1987.
- Alfano, Ilham Mesya. "Pengaruh Kualitas Produk, Etika Bisnis Islam, dan Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Coffe shop Koffiekopi Jambi), 2021.
- Alfansyur, Andarusni, and Mariyani Mariyani. "Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial." *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah* 5.2, 2020.
- Annisa, R., & Sylvia, H. K. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perbankan Syariah. *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 2(02), 2018.
- Asmi, Ismawati. "Tinjauan Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara", Skripsi IAI Muhammadiyah Sinjai, 2019.
- Astuti, An Ras Try, Etika Bisnis Islam(kasus-kasus kontemporer), Parepare, IAIN Parepare Nusantara Press
- At-Tirmidzi, Sunan At-Tirmidzi, Riyadh: Maktabah Al-Ma'arif, 2000.
- Danil, Muhammad, and Ahmad Afif. "Analisa Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Micro Kecil Dan Menengah (UMKM) Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ruang Micro Dan Macarina Jember)." *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance* 5.2, 2022.
- Destya, Wati, Arif Suyud, Abristadevi "Analisis Penerapan Prinsip Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop", *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, No. 1, 2022.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajarang Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi)*, Depok: Penebar Swadaya, 2012.

- Fahmi, Moch Choirul. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Toko Bursa Sajadah Surabaya. 2019.
- Fahmi, Moch. Choriul, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko Bursa Sajadah Surabaya”, UIN Sunan Ampel: 2019.
- Fauzan et al. *Etika Bisnis & Profesi*. (Tangerang:Indigo Media, 2023).
- Fauzan, Nur ika Mauliya, Nurul Setianingrum, M.F. Hidayatullah., *Etika Bisnis dan Profesi*. Tenggarang: Indigo Media, 2023.
- Fuad, Adib Nur. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi di CV Panguripan Cahaya Baru Temanggung)", 2021.
- Harahap, Nila Astuti. "Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Pada Supermarket De'Halal Mart Yogyakarta." 2018.
- Hasoloan, Aswand. "Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis." *Warta Dharmawangsa* 57, 2018.
- Hayati, Ade Irma, *Peranan Etika Dalam Bisnis*. Makassar: Tahta Media Group, 2022.
- Hilma, Raizatul. *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Pada UMKM Kampung Aree, Pidie*. Diss. UIN Ar-Raniry, 2022.
- Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember, 2020.
- Jaya, Pinto., Adil Fadillah, and Sri Bawono. "Analisis strategi usaha ritel ukm dalam meningkatkan keunggulan bersaing studi kasus pada ukm toko mojang fashion." *2012 Marketing Symposium, 1 (1)*, 2012.
- Karim, H. Adimarwan Azwan, *Sejarah pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Kementerian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Maryam: Al Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jakarta: Erlangga, 2016.

- Kurniawan, Lintang. "Pengaruh Excellent Service Dan Etika Bisnis Islam Terhadap. Loyalitas. Nasabah Dengan, Kepuasan, Nasabah, Sebagai Variabel, Intervening (Studi Kasus Pada PT BPRS Binasia Semarang)." 2023.
- Maharti, Resti Kartika, Arasy Fahrullah, "Penerapan Etika Bisnis Syariah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yayasan Aqiqoh Nurul Hayat Surabaya", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam E-ISSN: 2686-260X, Volume 4, Nomor 1*, 2021.
- Mamik. Metodologi Kualitatif. Sidoarjo: Zifatama, 2015.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI Press, 2014.
- Mufti, Muhammad Arif. "Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Karvak Distro Ulee Kareng Banda Aceh". UIN Ar-Raniry, 2020.
- Mulyana, Dedy. *Metologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Muzammil, Abdul, Mukhlis Yunus, and Nurdasila Darsono. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Manajemen Inovasi* 8.3 2018.
- Nasution, Reza Saputra. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan". IAIN Padangsidempuan, 2017.
- Nawatmi, Sri. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Fokus Ekonomi (FE)*, Vol 9, No 1, April 2010.
- Ningsih, Puput Setia. "Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Toko Bangunan Keramik Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung)", IAIN Metro: 2024.
- Nugrahami, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta, 2014.

- Putri, Aprilia Dwi. “ Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Pada Pedagang Di Simpung Center Bandar Lampung”. UIN Raden Intan Lampung: 2021.
- Putri, Tasya Amanda. ”Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Kios Raya Tani Di Desa Tanjung Harapan Kecamatan Marga Tiga)”, IAIN Metro: 2023.
- Raco, J.R. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik Dan Keunggulan*. Jakarta:Grasindo, 2013.
- Rahayu Islami, Nurul Widiyawati, Rifa’i Khamdan, Rokhim Abdul, “Komunikasi Etika Bisnis Dalam Keberagaman Agama Di Kabupaten Jember” *Jurnal Of Islamic Communication*, Vol. 4, No. 2, Desember 2021.
- Ramadhany, Nurmeiny Putri, Havis Aravik, Choirunnisak, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah vol. 3 No. 1*, Maret: 2023.
- Ria Fariska, “Peran Etika Kepemimpinan Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Konveksi “Extrawash” Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo”, IAIN Ponorogo, 2024.
- Said, Laila Refiana, *Etika Bisnis*. Banjarmasin: Gcaindo, 2020.
- Setiawan, Eka. “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Cafe Teras Angkringan Benkemebel Di Kabupaten Semarang)”. IAIN Salatiga, 2024.
- Siyoto, Sandu dan Ali Shodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:Literasi Media, 2015.
- Subhan Roni, Masruroh Nikmatul, Diana, Shinta Riska, “Penerapan Prinsip-Prinsip Koperasi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 1, Oktober 2017.
- Sujdiman, Paul Eduard, *Ekonomi dan Keadilan*. Makasar: Tahta Media Group, 2022.
- Syafa'at, Akhyar, and Ahmad Afif. "Pengaruh Pendekatan Etika Bisnis Islam Dan Garansi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Handphone Di WTC Banyuwangi." *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance* 4.2, 2021.

Yuana Purwaning, Siti Indah, Hikmatul Hasanah, “Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Peningkatan Jualan Pada UMKM”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, Vol. 1, No. 2, November 2021.

Yunus, Mochamad. "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen", UIN Walisongo Semarang, 2015.

Zaini, Akhmad. “Implementasi Etika Bisnis Sales Person Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen Pada Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi kasus Pada Butik Tunjungan Plaza (TP) 3 Surabaya”, UIN Sunan Ampel, 2020.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Prayudi
NIM : E20192212
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Toko El-Aqsho Mart” adalah benar-benar hasil dari penelitian dan karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sebelumnya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 05 Maret 2025




Prayudi
NIM. E20292212

UNIVERSITAS ISLAM Negeri
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Toko El-Aqsho Mart	1. Peranan Etika Bisnis Syariah 2. Loyalitas Konsumen	1. Pengertian Etika 2. Pengertian Bisnis 3. Pengertian Etika Bisnis Syariah 4. Prinsip-Prinsip Etika Binsis Syariah 5. Pengertian Loyalitas Konsumen	1. Data Primer : Wawancara dengan Manager Toko, wawancara dengan Karyawan, wawancara dengan Kepala Gudang, wawancara dengan Konsumen. 2. Data Sekunder : Observasi, Wawancara, Dokumentasi. 3. Website/Internet. 4. Buku 5. Artiker/Jurnal	1. Pendekatan: Penelitian Kualitatif 2. Jenis Penelitian: Deskriptif 3. Lokasi: Desa Pakem, Kec. Pakem, Kab. Bondowoso 4. Teknik Pengumpulan Datta: Observasi, Wawancara, Dokumentasi 5. Analisis data: Induktif 6. Keabsahan Data: Triangulasi Sumber	1. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Toko EL-Aqsho Mart. 2. Bagaimana Peranan Etika Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Di Toko El-Aqsho Mart.

PEDOMAN WAWANCARA

PENERAPAN ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN PADA TOKO EL-AQSHO MART

A. Bagaimana implementasi etika bisnis syariah di toko El-Aqsho Mart?

Manager

1. Apakah Toko El-Aqsho Mart ini menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah?
2. Bagaimana prinsip etika bisnis syariah diterapkan dalam manajemen toko?
3. Apa saja kebijakan atau prosedur yang diberlakukan untuk memastikan kepatuhan terhadap etika bisnis syariah?
4. Bagaimana Anda memastikan seluruh staf memahami dan menerapkan etika syariah dalam pekerjaannya?

Kasir

1. Bagaimana Anda memastikan transaksi dilakukan secara jujur dan sesuai dengan prinsip syariah?
2. Apakah ada tantangan dalam menerapkan etika syariah saat bertransaksi dengan konsumen?
3. Bagaimana toko memastikan bahwa harga yang ditetapkan kepada konsumen adalah adil dan tidak berlebihan?

Kepala Gudang

1. Bagaimana proses seleksi dan pengelolaan produk di gudang untuk memastikan semua produk halal?
2. Bagaimana cara memastikan bahwa tidak ada produk yang tidak sesuai dengan prinsip syariah di gudang?
3. Apakah ada prosedur khusus dalam pengelolaan produk sesuai dengan prinsip syariah?

Konsumen

1. Namanya siapa?
2. Pekerjaannya?

3. Sudah berapa lama beli di toko El-Aqsho Mart?
4. Apa pendapat Anda tentang penerapan etika bisnis syariah di toko El-Aqsho Mart?
5. Apakah Anda merasa proses jual beli di toko ini sesuai dengan prinsip syariah?
6. Apakah kehalalan produk dan kejujuran dalam harga menjadi alasan Anda berbelanja di sini?

B. Bagaimana peranan etika bisnis syariah dalam meningkatkan loyalitas konsumen di toko El-Aqsho Mart?

Manager

1. Bagaimana penerapan etika syariah mempengaruhi hubungan antara toko dan konsumen?
2. Apakah Anda melihat adanya peningkatan loyalitas konsumen akibat penerapan etika syariah di toko ini?
3. Apa strategi toko dalam mempertahankan kepercayaan dan loyalitas konsumen?

Kasir

1. Apakah Anda merasa konsumen lebih percaya kepada toko karena penerapan etika syariah dalam transaksi?
2. Bagaimana respons konsumen terhadap pelayanan yang mengedepankan kejujuran dan transparansi dalam transaksi?
3. Apakah Anda sering melihat konsumen yang kembali karena merasa nyaman dengan pelayanan toko?

Kepala Gudang

1. Apakah kualitas produk yang halal dan sesuai syariah berdampak pada kepercayaan konsumen?
2. Bagaimana Anda menjaga kualitas dan keamanan produk untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen?
3. Apakah konsumen memberikan tanggapan terkait kualitas produk yang diterima?

Konsumen

1. Apakah Anda lebih memilih berbelanja di toko ini karena penerapan etika bisnis syariah?
2. Bagaimana pelayanan toko ini mempengaruhi keputusan Anda untuk terus berbelanja di sini?
3. Apakah Anda merasa lebih loyal sebagai konsumen karena toko ini berpegang pada prinsip syariah?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DOKUMENTASI

A. Kondisi Toko El-Aqsho Mart

1. Display 1



2. Display 2



3. Display 3



4. Tempat Penyimpanan 1



5. Display 3



6. Timbangan



B. Keterangan: Wawancara Dengan Pihak Toko El-Aqsho Mart

1. Manager Toko



2. Kepala Gudang



3. Kasir



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

C. Keterangan: Wawancara Dengan Konsumen

1. Konsumen 1



2. Konsumen 2



Nomor : B-1149/Un.22/7.a/PP.00.9/10/2024
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

14 Oktober 2024

Kepada Yth.

Manager Toko El-Aqsho Mart

Jl. Raya Pasar Pakem Kec. Pakem Kab. Bondowoso

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Prayudi
NIM : E20192212
Semester : XI (Sebelas)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Toko El-Aqsho Mart di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n: Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Nurul Widyawati Islami Rahayu



SURAT SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syauqi Rizaldi
Jabatan : Manager Toko

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

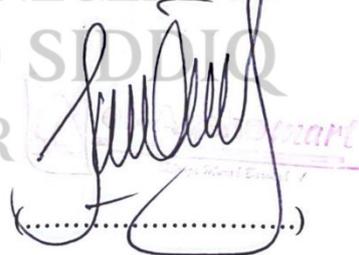
Nama : Prayudi
NIM : E20192212
Program studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Toko El-Aqsho Mart Desa Pakem, Kecamatan Pakem, Kabupaten Bondowoso. Penelitian ini terhitung 14 Oktober sampai dengan 04 Maret 2025 untuk memperoleh data dan rang penyusunan skripsi berjudul “Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Toko El-Aqsho Mart”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 04 Maret 2025



(.....)

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Tanggal	Deskripsi Kegiatan	Paraf
1.	15 Agustus 2024	Observasi ke lokasi penelitian	✓
2.	14 Oktober 2024	Menyerahkan surat izin penelitian	✓
3.	19 Oktober 2024	Melakukan wawancara dengan konsumen 1	✓
4.	20 Oktober 2024	Melakukan wawancara dengan Manager toko	✓
5.	20 Oktober 2024	Melakukan wawancara dengan kasir toko	✓
6.	20 oktober 2024	Melakukan wawancara dengan kepala Gudang	✓
7.	21 oktober 2024	Melakukan wawancara dengan konsumen 2	✓
8.	04 Maret 2024	Menyerahkan surat selesai penelitian	✓

Jember, 04 Maret 2024

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER





Tanda Tangan Bukti Wawancara Penelitian
PENERAPAN ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS KONSUMEN PADA TOKO EL-AQSHO MART

Nama : Prayudi

Nim : E20192212

No	Tanggal	Kegiatan	TTD
1.	19 Oktober 2024	wawancara dg konsumen	1.
2	20 Oktober 2024	wawancara dg kepala Gudang	2.
3	20 Oktober 2024	wawancara dg manager	3.
4	20 Oktober 2024	wawancara dg kasir	4.
5	2 Desember 2024	Wawancara dg konsumen	5.
			6.
			7.
			8.
			9.
			10.
			11.
			12.
			13.
			14.
			15.
			16.
			17.
			18.
			19.
			20.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Prayudi
NIM : E20192212
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Penerapan Etika Bisnis Syariah dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Toko El-Aqsho Mart

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 6 Maret 2025
Operator Aplikasi DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Luluk Musfiroh





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Prayudi
NIM : E20192212
Semester : XII (Dua Belas)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 06 Maret 2025
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,


Dr. Sofiah.,M.E.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

Nama : Prayudi
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat Tanggal Lahir : Bondowoso, 08 November 2000
Alamat : Jl. Pasar Pakem Desa Pakem, Kecamatan
Pakem, Kabupaten Bondowoso
Agama : Islam
Email : praayudiiii@gmail.com
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

B. Riwayat Pendidikan

TK : TK Sumber Canting (2005-2007)
SD/MI : SDN Sumber Canting 1 (2007-2012)
SMP/MTS : MTS Nurud Dhalam (2012-2015)
SMA/MA : MA Nurul Jadid (2015-2018)
Perguruan Tinggi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
(2019-2025)

C. Pengalaman Organisasi

Anggota PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) Rayon FEBI UIN
KHAS Jember