

**ANALISIS PELAYANAN PENJUALAN DAN PENETAPAN HARGA
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM PADA MBS CELL JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:
IKA MAURIDA
NIM: 212105020036

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

**ANALISIS PELAYANAN PENJUALAN DAN PENETAPAN HARGA
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM PADA MBS CELL JEMBER**

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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:
IKA MAURIDA
NIM: 212105020036

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

**ANALISIS PELAYANAN PENJUALAN DAN PENETAPAN HARGA
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM PADA MBS CELL JEMBER**

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:
IKA MAURIDA
NIM: 212105020036

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Disetujui Pembimbing



Dr. NURUL WIDYAWATI ISLAMI RAHAYU, S.Sos., M.Si.
NIP. 197509052005012003

**ANALISIS PELAYANAN PENJUALAN DAN PENETAPAN HARGA
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM PADA MBS CELL JEMBER**

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 : Rabu
Tanggal : 30 April 2025

Tim Penguji

Ketua



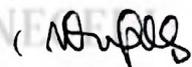
Ana Pratiwi, M.S.A
NIP. 198809232019032003

Sekretaris



Denari Dhahana Edtiyarsih S.A, M.A
NIP. 199501082022032001

Anggota :

1. Dr. Retna Anggitaningsih, S.E., M.M., CRMP. ()
2. Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si ()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿٩﴾

Artinya : “Tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi timbangan itu.”¹ (QS Ar-Rahmān :9)

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Artinya : “Dan berbuatbaiklah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”² (QS Al-Baqarah:195)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹ Depag RI, Al-Qur'an dan Terjemahan (QS Ar-Rahmān :9)

² Depag RI, Al-Qur'an dan Terjemahan (QS Al-Baqarah:195)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan ketabahan dalam setiap langkah perjalanan ini. Tanpa bimbingan-Nya, karya ini tak akan dapat terselesaikan dengan baik. Karya sederhana ini disajikan oleh penulis dengan rasa hormat kepada:

1. Orang tua tercinta Bapak Joko Santoso dan Ibu Sri Wahyuni, yang selalu menjadi pilar kekuatan dalam hidup saya. Terima kasih atas doa-doa yang tak pernah terputus, dukungan yang tulus, serta cinta kasih yang selalu mengalir tanpa. Segala pencapaian ini adalah buah dari ketulusan pengorbanan dan kerja keras kalian. Skripsi ini saya persembahkan sebagai wujud bakti dan rasa terima kasih yang mendalam kepada kalian.
2. Adik-adikku tersayang Rachmad Maulana dan Safira Ramadhani, yang selalu memberikan warna dalam perjalanan hidup ini. Kalian adalah sumber semangat dalam setiap langkah saya. Semoga perjalanan ini dapat menjadi inspirasi bagi kalian untuk terus mengejar mimpi, dan karya ini menjadi bukti bahwa segala sesuatu dapat diraih dengan usaha dan doa.
3. Teman-teman seperjuangan Salman Ridho Hanna, Alfani Dewi Kurniawati, Asila Ulin Nuha, Avinda Distaniar, dan Lisa Wati, yang telah menemani perjalanan ini dengan penuh tawa, kerja keras, dan kebersamaan. Terima kasih atas semua diskusi, dukungan, dan dorongan semangat di saat-saat sulit. Tanpa kalian, perjalanan ini tidak akan terasa begitu bermakna dan penuh kenangan.

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunianya yang telah memungkinkan perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai bagian dari persyaratan memperoleh program sarjana dapat berjalan lancar. Shalawat dan salam tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang membawa kita dari zaman kegelapan menuju cahaya islam yang kita nantikan syafaatnya di hari kiamat nanti.

Penyelesaian skripsi ini tak akan tercapai tanpa bantuan serta dukungan penuh dari berbagai pihak yang dengan tulus membantu penulis. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, yang saat ini menjabat sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Dr. Sofiah, M.E., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Bapak Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
6. Ibu Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
7. Semua Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
8. Pemilik serta karyawan MBS Cell yang turut andil dalam mensukseskan penelitian ini.

Tiada kata yang dapat diucapkan selain do'a dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan atas semua jasa yang telah diberikan kepada penulis. Skripsi ini pasti memiliki kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dalam penelitian selanjutnya bisa lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jember, 10 Febuari 2025

Penulis



ABSTRAK

Ika Maurida, Nurul Widyawati Islami Rahayu, 2025: —”Analisis Pelayanan Penjualan dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam Pada MBS Cell Jember”.

Kata Kunci: Pelayanan Penjualan, Penetapan Harga, Etika Bisnis Islam.

Pelayanan penjualan dan penetapan harga merupakan faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam perspektif etika bisnis Islam, kedua aspek ini harus dijalankan berdasarkan prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab, serta tidak merugikan salah satu pihak.

Penelitian ini berfokus pada: 1). Bagaimana pengaruh pelayanan penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam? 2). Bagaimana pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam?

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1). Untuk menganalisis pengaruh pelayanan penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen berdasarkan etika bisnis Islam. 2). Untuk menganalisis pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen berdasarkan etika bisnis Islam.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi secara langsung di lapangan. Lokasi penelitian berada di MBS Cell Jember. Keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber.

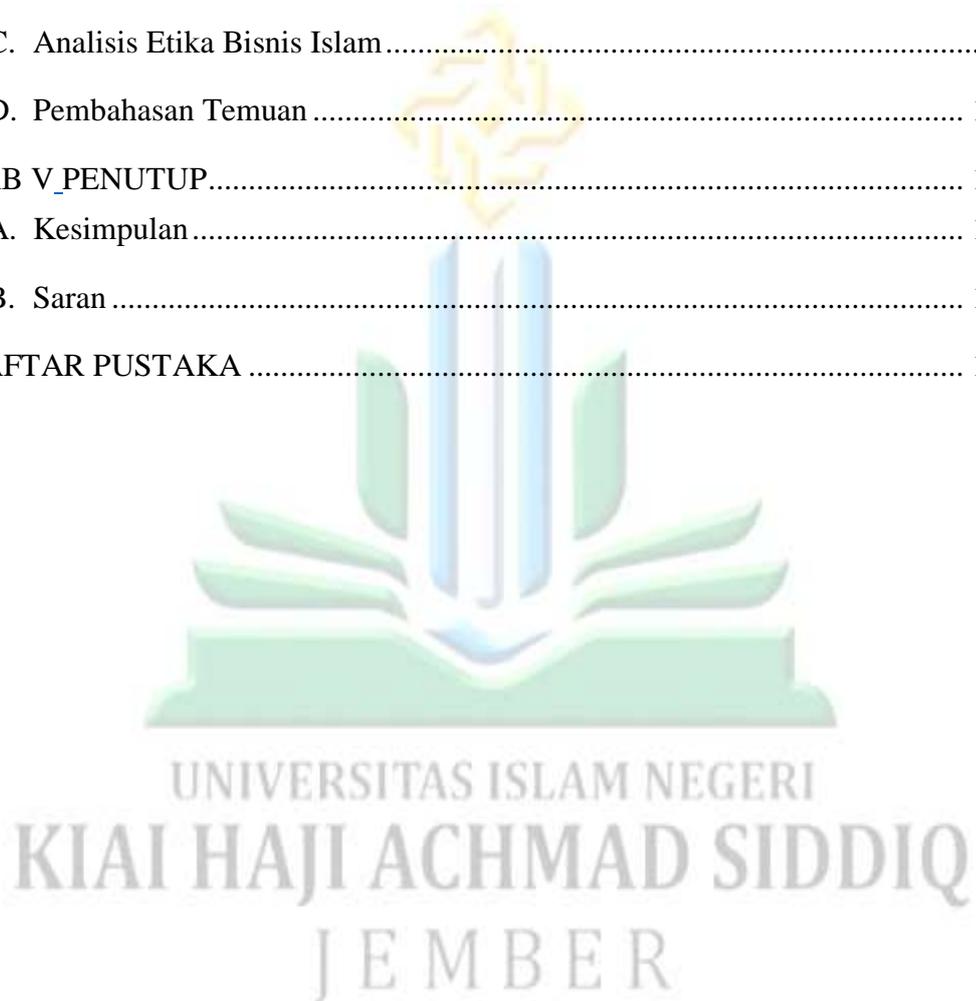
Kesimpulan dari penelitian ini berlandaskan fokus penelitian adalah: 1) Pelayanan di MBS Cell Jember telah menunjukkan upaya dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, otonomi, saling menguntungkan, dan integritas moral, yang tercermin melalui pelatihan karyawan, penyediaan media pengaduan, serta sistem antrean; meskipun demikian, masih ditemukan beberapa kekurangan seperti ketidakkonsistenan pelayanan saat toko ramai dan praktik yang kurang adil dalam antrean. 2) Penetapan harga di MBS Cell juga telah mempertimbangkan prinsip etika bisnis Islam dengan memperhatikan keadilan, transparansi, serta keseimbangan antara biaya operasional dan kepuasan konsumen; namun, praktik pembulatan harga tanpa pemberitahuan menjadi catatan penting yang perlu dibenahi agar prinsip kejujuran dan keadilan dapat dijalankan secara lebih konsisten dan menyeluruh.

DAFTAR ISI

vii

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat.....	10
E. Definisi Istilah	11
F. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
A. Penelitian Terdahulu.....	17
B. KAJIAN TEORI	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	54
A. Pendekatan dan jenis penelitian.....	54
B. Lokasi Penelitian	54
C. Subjek penelitian	55
D. Teknik pengumpulan data.....	55
E. Analisis data	57

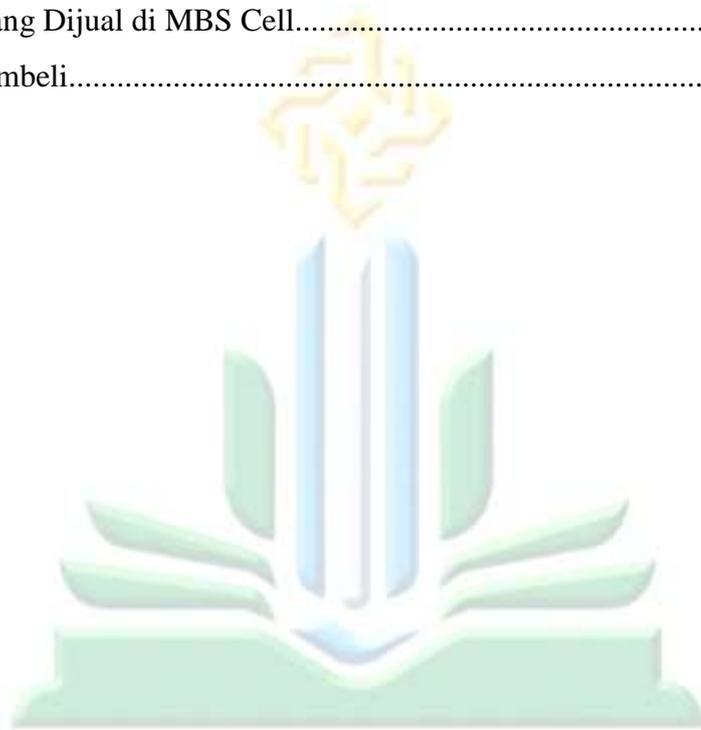
F. Keabsahan data	59
G. Tahap-tahap penelitian.....	60
BAB IV_PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	62
A. Gambaran Objek Penelitian.....	62
B. Penyajian Data dan Analisis	69
C. Analisis Etika Bisnis Islam.....	85
D. Pembahasan Temuan	115
BAB V_PENUTUP.....	134
A. Kesimpulan.....	134
B. Saran	137
DAFTAR PUSTAKA	139



DAFTAR TABEL

No Uraian

1.1 Data Pembanding MBS dengan Konter sekitar.....	5
1.2 Data Pendukung MBS Cell	69
2.1 Tabulasi Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	31
4.1 Barang yang Dijual di MBS Cell.....	67
4.2 Daftar Pembeli.....	68



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR GAMBAR

No Uraian

4. 2 Struktur Organisasi.....	62
4. 2 Jam Operasional.....	70
4.3 Harga Voucher.....	79



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kemajuan bisnis di seluruh dunia telah tumbuh pesat, menciptakan sebuah tantangan serta kesempatan bagi para pengusaha di berbagai belahan dunia. Perkembangan ini memicu persaingan yang ketat dalam upaya pengembangan bisnis yang sudah dirintis. Dalam menghadapi setiap tantangan, para pelaku bisnis harus mampu memberikan keunggulan pada produk yang mereka tawarkan kepada konsumen. Keberhasilan bisnis terletak pada kemampuan untuk menyajikan ide atau inovasi yang menarik, yang akan menjadi keunggulan bagi perusahaan dalam menarik minat pembelian dari konsumen. Setiap bisnis yang telah berdiri memiliki tujuan khusus dalam mencapai target pasar mereka serta memperoleh keuntungan dari operasional bisnis yang mereka jalankan.³

Dalam ranah bisnis yang berkembang dengan cepat, terutama di sektor penjualan dan harga produk, etika bisnis menjadi aspek penting dalam memandu keputusan dan perilaku perusahaan. Dalam konteks bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis memainkan peran sentral dalam membentuk cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen. Pelayanan penjualan yang baik dan penetapan harga yang adil merupakan bagian penting dalam keberhasilan bisnis, namun, bagaimana penerapan nilai-nilai

³ Tetty Yuliaty, "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong" 19, no. 3 (2020).

etika bisnis Islam dalam aspek ini menjadi perhatian utama.

Baru-baru ini, etika telah menjadi perbincangan menarik di kalangan praktisi dan akademisi. Ini menunjukkan adanya fokus terhadap pentingnya menempatkan moral dan etika kembali sebagai bagian integral dalam mengevaluasi ilmu ekonomi sebagai disiplin yang dihormati, sebagaimana yang terjadi pada awal perkembangannya. Pergerakan dalam dunia bisnis menjadi bagian dari wacana ekonomi, sedangkan sistem ekonomi Islam tumbuh dari kesadaran akan nilai-nilai etika yang mendasarinya.⁴

Etika bisnis juga mencakup norma-norma yang mengatur hubungan antara pelaku bisnis dengan kelompok kerja dan karyawan. Pelayanan yang diberikan diharapkan sesuai dengan kaidah Islam, memenuhi aspek keramahan, kedekatan, kejujuran, keamanan, keamanahan, keterbukaan untuk membantu, serta pengungkapan kata maaf dan ucapan terima kasih. Pelayanan ini juga harus berada dalam batas-batas yang diperbolehkan menurut syariah. Keramahan, kedekatan, dan pelayanan yang cepat dan tepat adalah sikap pelayanan yang diharapkan kepada pelanggan, semuanya sesuai dengan tuntutan syariah.⁵

Aspek pelayanan penjualan dalam bisnis mencakup segala interaksi antara perusahaan dengan konsumen, mulai dari pertanyaan tentang produk

⁴ Tetty Yuliaty, "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong" 19, no. 3 (2020), 185

⁵ Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapa Tidak* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 74

hingga layanan purna jual. Dalam kerangka bisnis Islam, penting untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip seperti kejujuran, integritas, dan transparansi memengaruhi pelayanan penjualan. Bagaimana perusahaan menerapkan nilai-nilai ini dalam memberikan informasi produk serta memberikan solusi yang memenuhi kebutuhan konsumen dapat berdampak langsung pada keputusan pembelian mereka.⁶

Sementara itu, penetapan harga merupakan aspek lain yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam perspektif bisnis Islam, penetapan harga yang adil dan tidak mengeksploitasi pelanggan menjadi pokok penting. Penetapan harga yang mempertimbangkan kualitas produk dan menghindari praktik-praktik tidak etis seperti penipuan harga atau penawaran yang menyesatkan menjadi bagian integral dalam menerapkan etika bisnis Islam. Pelayanan dan penetapan harga memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian. Penetapan harga merupakan hasil dari interaksi antara permintaan dan penawaran dalam kondisi persaingan yang ideal. Ini menjadi strategi penting setelah strategi pemasaran diterapkan, namun menetapkan harga bukanlah tugas yang sederhana karena keputusan ini memiliki konsekuensi besar terhadap penjualan dan profitabilitas.⁷

Di era digital saat ini, kebutuhan akan layanan komunikasi menjadi

⁶ Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapa Tidak* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 75

⁷ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 222.

salah satu aspek penting dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi tidak hanya terbatas pada aktivitas bertukar pesan atau panggilan, tetapi juga meliputi akses internet, penggunaan media sosial, transaksi digital, hingga aktivitas bisnis online. Masyarakat dari berbagai kalangan sangat bergantung pada ketersediaan jaringan dan layanan data yang stabil untuk menunjang aktivitas mereka. Oleh karena itu, kebutuhan akan pulsa, paket data, dan layanan transaksi digital semakin meningkat dari waktu ke waktu.

Melihat realitas tersebut, dibutuhkan suatu usaha yang mampu memenuhi kebutuhan komunikasi masyarakat secara cepat dan praktis. Salah satu bentuk usaha yang menjawab kebutuhan tersebut adalah bisnis konter pulsa dan layanan digital. Konter menjadi tempat yang tidak hanya menyediakan pulsa dan paket data, tetapi juga layanan pendukung lainnya seperti aktivasi kartu, isi ulang e-wallet, hingga pembayaran tagihan. Berdasarkan kebutuhan masyarakat yang tinggi akan layanan komunikasi inilah, bisnis konter menjadi salah satu pilihan yang relevan dan strategis untuk diteliti dan dikembangkan lebih lanjut.

Bisnis konter pulsa dan data dipilih sebagai objek penelitian karena jenis usaha ini telah menjamur di berbagai daerah dan menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat modern dalam kehidupan sehari-hari. Dalam era digital seperti saat ini, pulsa, paket data, dan layanan komunikasi lainnya menjadi kebutuhan primer yang dibutuhkan hampir setiap individu, baik untuk keperluan komunikasi, pendidikan, pekerjaan, maupun hiburan.

Tingginya permintaan terhadap produk ini menjadikan bisnis konter sebagai sektor yang kompetitif dan relevan untuk dianalisis, khususnya dalam hal strategi pelayanan dan penetapan harga. Selain itu, maraknya bisnis ini juga membuka peluang untuk menilai sejauh mana para pelaku usaha menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam aktivitas penjualannya, terutama dalam konteks keadilan harga dan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Di tengah persaingan pasar yang ketat, Pelaku usaha harus mengintegrasikan prinsip-prinsip bisnis Islam dalam strategi pelayanan penjualan dan penetapan harga mereka. Perusahaan perlu mempertimbangkan bagaimana nilai-nilai etika ini dapat diwujudkan dalam segala aspek operasional mereka, termasuk dalam pengambilan keputusan pemasaran, komunikasi dengan konsumen, dan kebijakan harga.

Dalam melihat dampak analisis terhadap pelayanan penjualan dan kebijakan penetapan harga yang diterapkan oleh MBS Cell Jember dalam konteks etika bisnis Islam, perlu dipertimbangkan dua aspek penting: data perbandingan yang mencakup perbandingan harga serta pendukung berkenaan dengan layanan dan kebijakan harga yang dijalankan. Data perbandingan menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh MBS Cell Jember cenderung lebih tinggi daripada harga yang diberlakukan oleh toko-toko pesaing di sekitarnya, seperti yang diungkapkan langsung oleh sales provider. Namun, dari segi layanan dan kebijakan penetapan harga, MBS Cell memberikan informasi yang memadai memberikan solusi yang

tepat terhadap permasalahan yang dihadapi oleh konsumen.

Sementara harga yang lebih tinggi mungkin menjadi faktor pembatas bagi sebagian konsumen, aspek layanan pelanggan yang cermat dan responsif yang diterapkan oleh MBS Cell Jember memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Tantangan terbesar yang dihadapi perusahaan adalah menjaga keseimbangan antara mencapai tujuan keuangan mereka dan mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Penekanan pada nilai-nilai etika ini dapat memberikan keunggulan kompetitif jangka panjang dengan membangun kepercayaan konsumen yang kuat dan hubungan yang berkelanjutan berdasarkan prinsip-prinsip moral dan keadilan.⁸

Di sekitar area kampus, terdapat sembilan konter yang tersebar di beberapa jalan utama, seperti Jalan Jawa, Jalan Mastrip, Jalan Riau, Jalan Sumatra, dan Jalan Kalimantan. Untuk memahami posisi MBS Cell di antara konter-konter lainnya, perlu dilakukan perbandingan terkait beberapa aspek penting seperti harga produk, layanan, dan ketersediaan stok. Berikut ini adalah data perbandingan antara MBS Cell dan konter lainnya yang berada di kawasan yang sama.

Tabel 1. 1
Data Pemanding MBS Cell dengan Konter sekitar

Kriteria	MBS Cell	Konter A	Konter B
Harga pulsa	Lebih murah	Sama dengan pasaran,	Sama dengan

⁸ Afrida Putritama, "PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH," *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 7, no. 1 (April 19, 2018): 5, <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19356>.

Telkomsel		namun beberapa nominal harus diisi dua kali (biaya admin ganda)	pasaran
Harga pulsa provider lain	Sama dengan harga pasaran	Sama dengan pasaran, dengan biaya admin tambahan untuk pengisian ganda	Sama dengan pasaran
Varian voucher	Banyak varian (harian, mingguan, bulanan), selalu tersedia stok fisik	Tidak tersedia voucher fisik, harus input nomor	Varian tersedia, sedikit lebih murah dibanding MBS Cell
Harga voucher	Lebih murah dari Konter A, sedikit lebih mahal (Rp1.000 - Rp2.000) dari Konter B	Lebih mahal dari MBS Cell, tidak ada voucher fisik	Sedikit lebih murah dari MBS Cell
Harga barang lain	Lebih tinggi daripada konter lain	Lebih murah dari MBS Cell	Lebih murah dari MBS Cell

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Harga Pulsa Telkomsel: MBS Cell hanya menambahkan Rp1.000 pada harga pulsa Telkomsel yang pasaran umumnya Rp2.000. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, mengingat banyaknya peminat pulsa Telkomsel di daerah kampus.

Ketersediaan Voucher: MBS Cell memiliki berbagai varian voucher fisik (harian, mingguan, bulanan) yang selalu tersedia, sementara Konter A tidak menyediakan voucher fisik, dan Konter B memiliki varian yang sedikit lebih murah dibanding MBS Cell.

Ketersediaan Aksesoris: MBS Cell unggul dalam ketersediaan

aksesori, bahkan untuk pembelian grosir, sementara Konter A sangat terbatas pilihan aksesori-nya, dan Konter B meskipun cukup lengkap, namun masih di bawah MBS Cell dalam hal variasi.

Selain jumlah konter yang cukup banyak di sekitar kampus, dengan sembilan konter yang tersebar, MBS Cell tetap menonjol sebagai konter yang paling strategis. Hal ini tidak terlepas dari lokasinya yang dekat dengan bundaran DPRD Kabupaten Jember, yang menjadi titik ramai lalu lintas dan pusat kegiatan. Keunggulan ini diperkuat oleh faktor-faktor lain seperti jam operasional yang lebih panjang, yang membuat MBS Cell lebih mudah diakses oleh konsumen, sehingga intensitas pembeli di MBS Cell lebih tinggi dibandingkan dengan konter lain di sekitar daerah kampus.

Tabel 1. 2
Data Pendukung MBS Cell

Kriteria	MBS Cell
Lokasi	Dekat dengan bundaran DPRD Kabupaten Jember, sangat strategis dengan intensitas pembeli lebih ramai
Rating di Google Maps	4,5 (51 penilaian)
Jam Operasional	07.30 - 01.00 dini hari

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Jumlah Konter: Terdapat sembilan konter di daerah kampus, tersebar di berbagai jalan utama seperti Jalan Jawa, Jalan Mastrip, Jalan Kalimantan, Jalan Sumatra, dan Jalan Riau. MBS Cell merupakan salah satu dari sembilan konter tersebut yang memiliki lokasi paling strategis di dekat bundaran DPRD Kabupaten Jember.

Jam Operasional: MBS Cell memiliki jam buka yang lebih panjang dibandingkan dengan konter A dan B, yakni dari 07.30 hingga 01.00 dini hari. Hal ini memungkinkan konsumen untuk mengakses layanan lebih lama dibandingkan konter lain yang tutup lebih awal.

Rating di Google Maps: MBS Cell memiliki rating 4,5 dari 51 penilaian, yang menunjukkan popularitas yang tinggi dibandingkan dengan Konter A dan B yang memiliki rating lebih tinggi, tetapi dengan jumlah penilaian yang lebih sedikit, yaitu 7 dan 5 penilaian.

Serta jika dilihat di lapangan harga yang ditetapkan oleh MBS Cell jember ini lebih tinggi daripada toko-toko lainnya hal ini diungkapkan langsung oleh *sales provider*. Dalam upaya memahami dinamika pasar dan perilaku konsumen, saya melakukan wawancara dengan salah satu sales provider yang beroperasi di wilayah Jember. Dari hasil percakapan tersebut, terungkap bahwa meskipun harga produk di MBS Cell lebih mahal dibandingkan dengan konter-konter lain, jumlah orderan yang diterima oleh MBS Cell jauh lebih banyak. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan menarik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama dalam konteks pelayanan, kualitas, dan etika bisnis yang diterapkan oleh MBS Cell. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai hal ini dan memahami apa yang mendorong pelanggan untuk tetap memilih MBS Cell meskipun harus membayar lebih. Dari fenomena diatas peneliti tertarik mengkaji lebih dalam taerkait fenomena tersebut dengan judul Analisis pelayanan

penjualan dan penetapan harga ditinjau dari etika bisnis islam pada MBS Cell jember.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dpaparkan, maka peneliti menetapkan focus penelitian yang terkait dengan penelitian ini guna menjadi jawaban dari segala permasalahan yang ada. Adapun fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis pelayanan penjualan yang dijalankan oleh MBS Cell Jember dari perspektif etika bisnis?
2. Bagaimana penetapan harga oleh MBS Cell Jember yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan analisis pelayanan penjualan yang dijalankan oleh MBS Cell Jember dari perspektif etika bisnis islam.
2. Untuk mendeskripsikan penetapan harga oleh MBS Cell Jember yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis islam.

D. Manfaat

Penelitian ini memiliki manfaat meliputi:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menyumbangkan pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana Analisis pelayanan penjualan dan penetapan harga ditinjau dari etika bisnis Islam pada MBS Cell jember.

2. Manfaat praktik

a. Bagi Penulis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini penulis dapat mengetahui Analisis pelayanan penjualan dan penetapan harga ditinjau dari etika bisnis Islam pada MBS Cell jember.

b. Bagi Instansi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur yang relevan dalam perpustakaan UIN Khas Jember dalam topik yang serupa, serta memberikan manfaat yang luas bagi mahasiswa, akademisi, dan para dosen.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi manajemen MBS Cell. Dengan analisis pelayanan penjualan dan penetapan harga ditinjau dari etika bisnis Islam, perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, mengoptimalkan strategi penetapan harga, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan program-program yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

E. Definisi Istilah

Dalam judul "Analisis pelayanan penjualan dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam pada MBS Cell jember," terdapat beberapa istilah yang perlu dijelaskan

dengan lebih jelas untuk memperjelas fokus penelitian. Ini mencakup :

1. Pelayanan Penjualan

Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi⁹ pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.¹⁰

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).¹¹

Pelayanan penjualan adalah aspek yang sangat penting dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai kegiatan untuk memberikan bantuan kepada konsumen selama proses pembelian. Ini melibatkan interaksi antara perusahaan atau penjual dengan konsumen, dimulai dari awalnya proses penawaran hingga setelah terjadi transaksi. Pertama-tama, pelayanan

⁹Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2010), 22.

¹⁰Malayu Hasibuan, Dasar-Dasar Perbankan, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), Cet. Ke- 4, h.

¹¹M. Nafarin, Penganggaran Perusahaan, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 166

penjualan mencakup komunikasi yang efektif dengan calon konsumen, memberikan informasi yang jelas tentang produk atau layanan yang ditawarkan, serta menjelaskan manfaat dan fitur-fitur yang relevan.¹²

2. Penetapan Harga

Harga merujuk pada kumpulan nilai yang diserahkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau layanan. Seiring berjalannya waktu, harga telah menjadi faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Meskipun beberapa dekade terakhir, faktor-faktor lain juga meningkat dalam signifikansinya, harga tetap merupakan elemen krusial dalam menentukan pangsa pasar dan profitabilitas sebuah perusahaan.¹³ Merupakan langkah menentukan nilai atau harga dari produk atau layanan yang ditawarkan kepada konsumen. Ini mencakup strategi penetapan harga, faktor-faktor yang memengaruhi penentuan harga, dan implikasinya terhadap pembelian konsumen.

3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.¹⁴ Yang mengandung aspek baik/buruk, salah/benar, wajar/tidak wajar, layak/tidak layak dan sebagainya, sehingga perusahaan dapat menghasilkan produk

¹² Dinar Ajeng Kristiyanti, Penerapan metode waiting line untuk evaluasi pelayanan penjualan merchandise kampus pada PT. Come Indonusa Jakarta, Jurnal PILAR Nusa Mandiri Vol. 14, No. 1 Maret 2018

¹³ Philip Kotler, Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-12, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), h. 345

¹⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung : Alfabeta, 2013), 35.

atau jasa yang baik dan berharga.¹⁵

Etika dalam Islam dapat dipahami sebagai akhlak, yang berasal dari kata akar bahasa Arab "khuluq" yang mengacu pada karakter, moralitas, dan perilaku seseorang. Etika juga mencakup upaya untuk menciptakan lingkungan sosial yang harmonis serta membangun hubungan yang baik antara individu-individu dalam masyarakat, dengan tujuan terciptanya keadaan yang damai dan kerjasama yang positif di antara sesama manusia.¹⁶

Etika bisnis Islam merujuk pada pedoman atau prinsip-prinsip yang membimbing aktivitas bisnis, yang berakar pada nilai-nilai yang terdapat dalam Al-Qur'an. Nilai-nilai ini mengandung ajaran yang mulia dan sifat-sifat terpuji (mahmudah).¹⁷ Etika bisnis Islam juga mencerminkan kebiasaan atau praktik yang mengikat hubungan antara individu dalam transaksi atau aktivitas ekonomi sesuai dengan prinsip syariah, serta sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Sunah, tanpa bertentangan dengan keduanya.

Etika bisnis Islam merujuk pada kerangka kerja moral dan nilai-nilai yang mengatur praktek bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Hal ini didasarkan pada ajaran Al-Qur'an dan Sunah yang menekankan pentingnya perilaku yang jujur, adil, dan bertanggung jawab dalam setiap aspek bisnis. Etika bisnis Islam mengarahkan individu dan perusahaan untuk bertindak dengan integritas tinggi, menjauhi praktik-praktik yang

¹⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta : Kencana,2006), 18.

¹⁶ Muhammad Alfian, *Filsafat Etika Islam*,(Bandung: Pustaka Setia, 2011), 20-21.

¹⁷ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta : Pustaka Pesantren, 2006),hal. 9

dianggap tidak etis seperti riba (bunga), judi, atau penipuan. Keadilan dalam transaksi bisnis, perhatian terhadap kesejahteraan masyarakat, serta tanggung jawab terhadap lingkungan juga menjadifokus utama dalam etika bisnis Islam. Prinsip ini juga mengajarkan pentingnya kerjasama yang adil antara pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis, serta menghormati hak-hak individu dalam setiap tahap aktivitas ekonomi. Etika bisnis Islam memberikan landasan bagi praktik bisnis yang berkelanjutan, bertanggung jawab, dan sesuai dengan ajaran agama Islam, dengan tujuan menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan memberi manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.¹⁸

F. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan, berisi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Pustaka, berisi penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang akan dilaksanakan dan memuat kajian teori.

BAB III Metode Penelitian, yang berisi tentang metode-metode yang digunakan oleh peneliti yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

¹⁸ Muhammad Djakfar, Agama, Etika dan Ekonomi, (Malang : UIN-Malang Press, Cet. Ke-1, 2007),hal

BAB IV Penyajian Data dan Analisis, berisi tentang gambaran umum objek penelitian, penyajian data dan analisis yang telah dilakukan dan pembahasan temuan dalam penelitian.

BAB V Penutup, berisi hasil akhir atau kesimpulan dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bagian yang mencantumkan berbagai penelitian yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan. Sehingga ditemukan perbandingan dan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Dalam penelitian yang berjudul Analisis pelayanan penjualan dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam pada MBS Cell jember” menggunakan penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Peneliti Laelatul Afifah “**Analisis Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Dan Penetapan Harga Di Vilshop Madiun**”2021.

Disimpulkan bahwa Pelayanan yang diberikan konsumen menurut etika bisnis, Vilshop belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis dalam aktivitas bisnisnya. Khususnya pada prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan, dan prinsip integritas moran. Hal ini dibuktikan dengan pelayanan informasi terkait ketidaksesuaian antara kualitas barang yang di posting di Instagram dengan kenyataanya. Sedangkan pada prinsip etika bisnis berupa prinsip otonom, yakni Vilshop telah menerapkan prinsip ini dalam aktivitas bisnisnya. Hal ini ditunjukkan dengan kesadaran perusahaan melalui usahanya untuk memenuhi kewajiba-kewajiban dalam bisnisnya. Penetapan harga yang dilakukan Vilshop menurut

etika bisnis, Vilshop sudah sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas bisnisnya. Khususnya pada prinsip otonom dan prinsip saling menguntungkan. Hal ini ditunjukkan dengan kesadaran perusahaan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban dan saling menguntungkan kepada konsumennya. Sedangkan pada prinsip etika bisnis berupa prinsip kejujuran, prinsip keadilan dan prinsip integritas moral viii Vilshop belum menerapkan prinsip-prinsip tersebut kedalam aktivitas bisnisnya. Dikarenakan dengan adanya ketidaksesuaian antara harga yang ada di label barang dengan harga yang ada dikasir. Dengan adanya ketidaksesuai tersebut sehingga Vilshop juga belum bias menjaga nama baik perusahaan di mata masyarakat.¹⁹

Persamaan antara kedua penelitian ini adalah fokus pada evaluasi implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnis. Baik penelitian Laelatul Afifah maupun penelitian saya sama-sama mempertimbangkan bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan dalam konteks pelayanan dan penetapan harga di tempat bisnis yang menjadi fokus penelitian. Perbedaan yang mencolok terletak pada objek penelitian dan hasil evaluasi implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Penelitian Laelatul Afifah berfokus pada analisis prinsip-prinsip etika bisnis Islam di Vilshop Madiun dengan menyoroti aspek kejujuran, keadilan, integritas moral, otonomi, dan

¹⁹ Laelatul Afifah, "Analisis Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Dan Penetapan Harga Di Vilshop Madiun," *Ekonomi Dan Bisnis: Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo* 2 (2021): 152.

saling menguntungkan dalam pelayanan dan penetapan harga. Sementara itu, penelitian saya lebih menekankan analisis tentang dampak pelayanan penjualan dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di MBS Cell Jember dengan meninjau aspek etika bisnis Islam.

2. Peneliti Fitri Amalia **“Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madinah Depok”**.

Menyimpulkan bahwa segala hasil penelitian menunjukkan sebanyak 83% para pedagang di Bazar Madinah sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya. Di dalam kegiatan produksi. Hampir seluruh pedagang di Bazar Madinah, yakni sebesar 96% untuk sistem harga, sebanyak 78% pedagang di Bazar Madinah sudah menerapkan system harga sesuai yang disyariahkan sudah menjalankan sesuai syariat Islam serta tidak ditemukan persaingan yang tidak sehat antar pedagang. Selain itu, manajemen secara syariah Islam sudah diimplementasikan oleh sekitar 80% dari para pedagang di Bazar Madinah.²⁰

Persamaan antara kedua penelitian ini adalah fokus pada aspek implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam konteks perdagangan. Baik penelitian Fitri Amalia maupun penelitian saya mempertimbangkan aspek etika bisnis Islam sebagai elemen penting dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh pedagang atau toko,

²⁰ Fitri Amalia, “IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG DI BAZAR MADINAH DEPOK,” *Prosiding Seminas Competitive Advantage* 1, no. 2 (October 17, 2012), <https://journal.unipdu.ac.id/index.php/seminas/article/view/134>.

meskipun fokus penelitian berbeda. Perbedaan yang muncul adalah dalam ruang lingkup penelitian. Fitri Amalia lebih mengkaji aspek implementasi secara umum prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pedagang di Bazar Madinah Depok, sedangkan penelitian saya lebih fokus pada analisis pelayanan penjualan, penetapan harga, dan dampaknya terhadap keputusan pembelian konsumen di MBS Cell Jember dalam konteks etika bisnis Islam. Perbedaanlainnya adalah dalam pendekatan penelitian. Penelitian Fitri Amalia mungkin menggunakan metode kuantitatif dengan data statistik yang konkret (persentase pedagang yang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam), sementara penelitian saya menggunakan metode kualitatif dengan fokus pada analisis lapangan dan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, atau dokumentasi.

3. Skripsi Elvan Firmansyah dengan judul “**Mekanisme penetapan harga di rumah makan rama ditinjau dari etika bisnis Islam.**”

Dengan rumusan masalah bagaimana mekanisme penetapan harga di rumah makan rama tawas ditinjau dari etika bisnis Islam. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu mekanisme penetapan harga di Rumah Makan Rama Tawes sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, karena menerapkan aksioma dasar etika bisnis Islam seperti persatuan (tauhid), keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan Ihsan. Walaupun terdapat ketidaksamaan porsi

makanan yang diambil konsumen namun harga yang harus bayar sama, konsumen tidak merasa dirugikan karena makanan yang diambilnya sudah sesuai dengan selera dan porsi yang diinginkannya dan pemilik rumah makan juga tidak merasa dirugikan karena tidak semua konsumen mengambil makanan dalam porsi banyak. Sehingga antara pemilik rumah makan dan konsumen tidak ada yang merasa dirugikan atas mekanisme penetapan harga yang diterapkan.²¹

Persamaan penelitian tersebut terletak pada fokus pada aspek etika bisnis Islam dalam konteks bisnis, namun dengan objek penelitian yang berbeda. Baik penelitian Elvan Firmansyah maupun penelitian saya meninjau implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam, meskipun pada tempat bisnis yang berbeda. Perbedaan utama antara keduanya terletak pada objek penelitian serta hasil evaluasi. Elvan Firmansyah memfokuskan penelitiannya pada mekanisme penetapan harga di Rumah Makan Rama Tawes, sementara saya fokus pada analisis dampak pelayanan penjualan dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di MBS Cell Jember.

4. Peneliti Desy Astrid Anindya. **“Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua kecamatan Delitua”**.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha. Jenis

²¹ Elvan Firmansyah, “Mekanisme Penetapan Harga Di Rumah Makan Rama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam,” Skripsi (Metro: IAIN Metro, 2018), 58

penelitian ini adalah asosiatif yang bersifat kausalitas. Pengambilan data menggunakan survei langsung dan instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Populasi adalah pelaku wirausaha yang beragama Islam, dan sampel sebanyak 54 responden dengan menggunakan teknik accidental sampling. Metode analisa yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha pada wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua ($p=0,000$). Kesimpulan dari hasil penelitian adalah setiap pedagang muslim harus menjalankan kegiatan ekonominya berdasarkan syariah yaitu aturan atau ketetapan yang Allah perintahkan kepada hambahamba-Nya.²²

Persamaannya terletak pada pembahasan tentang pengaruh etika bisnis Islam. Desy Astrid Anindya mengkaji pengaruhnya terhadap keuntungan usaha wirausahadi Desa Delitua dengan metode kuantitatif dan analisis regresi linier. Sedangkan penelitian saya lebih menitikberatkan pada analisis pelayanan penjualan dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di MBS Cell Jember dengan metode kualitatif dan penelitian lapangan. Perbedaan utama terletak pada tujuan dan metode penelitian. Desy Astrid Anindya meneliti untuk mengetahui pengaruh langsung etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha, sementara penelitian saya mengevaluasi

²² Desy Astrid Anindya, Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua, T-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam, Vol.2m No.2 (2017), Hal.389

dampak pelayanan penjualan dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, metode yang digunakan dalam penelitian juga berbeda; penelitian Desy menggunakan metode kuantitatif sementara saya menggunakan metode kualitatif.

5. Peneliti ELZA ANA MUTIA dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan *Gofood* (Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna Layanan *GoFood* di Purwokerto)”**.

Skripsi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah $0,05$ dan nilai thitung $2,843 > t_{tabel} 1,985$. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t (parsial) pada variabel harga menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan adalah $0,02 < 0,05$ dan nilai thitung $3,144 > t_{tabel} 1,985$. Artinya terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. Sedangkan kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar $0,00 < 0,05$ dan fhitung $20,329 > nilai f_{tabel} 3,09$. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. Dalam pandangan Islam, harga yang ditetapkan oleh perusahaan *GoFood* sudah sesuai dengan konsep ekonomi Islam, yaitu berdasarkan prinsip keadilan. Suka sama suka

dari kedua belah pihak dan tidak ada yang dirugikan atau tidak ada paksaan dan untuk kualitas pelayanan, Islam memandang bahwa perusahaan *GoFood* dalam menjalankan usahanya sudah memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadits.²³

Hasil dari penelitian Elza Ana Mutia menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan layanan *GoFood* di Purwokerto. Kedua variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam pandangan Islam, penetapan harga oleh perusahaan *GoFood* dianggap sesuai dengan prinsip keadilan dalam ekonomi Islam. Sementara itu, penelitian saya berfokus pada analisis dampak pelayanan penjualan dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di MBS Cell Jember dengan metode kualitatif dan penelitian lapangan. Persamaannya adalah keduanya meneliti tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks layanan dan harga, meskipun objek dan metode penelitian berbeda. Perbedaan utama terletak pada objek penelitian serta metode yang digunakan. Elza Ana Mutia meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan layanan *GoFood* dengan pendekatan kuantitatif, sedangkan saya fokus pada analisis pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di MBS Cell

²³ Elza Ana Mutia, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gofood (Studi Kasus Pada Generasi Z Pengguna Layanan GoFood Di Purwokerto)" (PhD Thesis, UIN saifuddin zuhri, 2022),

Jember menggunakan pendekatan kualitatif.

6. Peneliti Trisya Muliati, Faizal Nurmatias dan Khairul Azmi dengan judul **“Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House Di Kota Dumai”**.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi memiliki R square sebesar 0,162 ini berarti bahwa kontribusi Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Muslim adalah sebesar 16,2% dan 83,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan. Secara persial berdasarkan hasil uji t variabel variabel Etika Bisnis Islam (X1) sebesar 0,137 dan bernilai positif, dengan nilai signifikan $0,350 > 0,005$ berarti variabel Etika Bisnis Islam memberikan kontribusi yang positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Muslim. Variable Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,307 dan bernilai positif; dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$ berarti variable kualitas pelayanan memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Muslim.²⁴

Persamaannya adalah kedua penelitian menekankan pada pentingnya penerapan etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan atau kepuasan konsumen,

²⁴ Trisya Muliati, Faizal Nurmatias, and Khairul Azmi, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House Di Kota Dumai,” *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2022): 1–15,

khususnya konsumen Muslim. Kedua penelitian juga sama-sama melihat bagaimana faktor etika dan pelayanan dapat mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan pelanggan, yang kemudian berdampak pada keputusan pembelian atau loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Keduanya menunjukkan bahwa prinsip-prinsip dalam Islam seperti amanah, keadilan, dan kejujuran adalah aspek penting yang harus diterapkan oleh bisnis untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen Muslim.

Perbedaannya adalah pendekatan yang digunakan dalam kedua penelitian tersebut. Dalam artikel yang dibahas, penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh konsumen restoran di Dumai. Penelitian lain mungkin menggunakan pendekatan yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif yang lebih fokus pada wawancara mendalam atau studi kasus untuk memahami persepsi konsumen secara lebih mendalam. Selain itu, objek penelitian juga berbeda, di mana artikel ini fokus pada industri restoran, sedangkan penelitian lain mungkin meneliti sektor bisnis yang berbeda, seperti perbankan syariah, ritel, atau jasa lainnya, yang memberikan perspektif yang berbeda dalam penerapan etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan.

7. Peneliti Gadis Arniyati Athar dengan judul **“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara”**.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku pedagang di pasar tradisional di kota Binjai dalam prespektif etika bisnis Islam. Penelitian dilakukan dengan mengamati 85 orang pedagang yang berada di dua pasar tradisional di kota Binjai yakni Pasar Tavip dan Pasar Pagi Kebun Lada dengan menggunakan instrumen lembar observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata perilaku keseluruhan pedagang sebesar 3,01 dengan kategori baik, dimana pada kategori sangat baik berjumlah 20 orang (23,53%), pada kategori baik berjumlah 48 orang (56,47%), kategori kurang baik 17 orang (20%) dan tidak ada dalam kategori sangat kurang baik. Dari penelitian ini juga didapat bahwa pedagang yang menjalankan etika bisnis Islam yang paling tertinggi adalah pedagang sayur dan paling terendah adalah pedagang daging/ikan, dimana pada pedagang sayur sebesar 3,27 dengan kategori baik, pedagang daging/ikan 2,68 dengan kategori kurang baik, dan pedagang buah 3,09 dengan kategori baik. Etika bisnis Islam yang sering dilakukan adalah menjual mutu dagangan yang kurang baik dan tidak menjelaskan kondisi mutu barang.²⁵

Persamaannya adalah kedua penelitian sama-sama menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam dan sama-sama menggunakan jenis penelitian lapangan untuk mengumpulkan data secara langsung dari subjek penelitian.

Perbedaannya adalah penelitian saya berfokus pada analisis

²⁵Athar, G. A., "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara," *Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UISU* 9, no. 1 (2020): 124-134.

pelayanan penjualan dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan tinjauan dari etika bisnis Islam, khususnya di bisnis lokal seperti MbasCell Jember. Sedangkan penelitian lain mungkin memiliki fokus subjek yang berbeda dan belum tentu menggunakan pendekatan etika bisnis Islam atau berfokus pada keputusan pembelian konsumen.

8. Peneliti Zulfa Nabillatu Rozhania, Kholil Nawawi dan Syarifah Gustiawati dengan judul **“Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor”**.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Deskriptif, yang berarti untuk mendeskripsikan beberapa informasi di lapangan dengan Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis islam dalam praktik pemasaran busana muslim di almeera moslem store bogor telah sepenuhnya menerapkan prinsip kesatuan, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran. Dalam pelaksanaan konsep pemasaran ditoko Almeera Moslem Store Bogor yang berupa pemasaran produk, harga, dan transaksi, tetapi terdapat satu hal yaitu pada kepuasan produk yang menjadi suatu permasalahan yang belum ada soslusinya. Adapun solusi secara umum yaitu dengan bernegosiasi. Almeera Moslem Store bogor selalu bersikap ramah tamah

dan sopan kepada konsumen dalam pelayanan dan pemasaran seperti yang sudah di ajarkan dalam syariat islam.²⁶

Persamaannya adalah kedua penelitian menggunakan metode kualitatif dan melakukan penelitian lapangan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai etika bisnis Islam. Keduanya juga fokus pada penerapan prinsip-prinsip bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai moralitas dalam konteks pemasaran dan pelayanan.

Perbedaannya terletak pada fokus penelitian; penelitian saya berfokus pada analisis pelayanan penjualan dan penetapan harga serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen, sementara penelitian ini lebih menekankan penerapan etika bisnis Islam dalam pemasaran busana Muslim di Almeera Moslem Store. Selain itu, penelitian saya lebih menyoroti aspek keputusan konsumen, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada prinsip-prinsip etika yang diterapkan dalam praktik pemasaran.

9. Peneliti Laily Nur Aini, Fuji Santoso, Elvin Nury Khirdany dan Siti Masfufah dengan judul **“Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Millennial di Kota Sampang”**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan. Subjek penelitian ini adalah para millennial dari pelanggan kafe yang ada di Kota

²⁶ Zulfa Nabillatu Rozhania, Kholil Nawawi, and Syarifah Gustiawati, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi Pada Almeera Moslem Store Bogor,” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2022): 129–40, <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.653>.

Sampang. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan accidental sampling. Teknik analisis datanya menggunakan regresi linear berganda. Hasil dari penelitian mengindikasikan bahwa penerapan etika bisnis yang diprosikan dengan (1) Keadilan berpengaruh secara negative dan tidak signifikan terhadap kepuasan millennial dari pelanggan 5 kafe yang ada di Kota Sampang. (2) Kejujuran berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan dari pelanggan 5 kafe yang ada di Kota Sampang. (3) Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan millennial dari pelanggan 5 kafe yang ada di Kota Sampang. Secara bersama-sama penerapan etika bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan millennial dari pelanggan 5 kafe yang ada di Kota Sampang. Kepercayaan merupakan variabel yang paling dominan dari variable etika bisnis yang mempengaruhi kepuasan pelanggan millennial dari pelanggan 5 kafe yang ada di Kota Sampang.²⁷

Persamaannya terletak pada fokus pada etika bisnis dan bagaimana hal itu berhubungan dengan kepuasan pelanggan atau keputusan pembelian. Keduanya mengkaji dampak nilai-nilai etika dalam konteks bisnis, serta bagaimana penerapan prinsip-prinsip tersebut dapat memengaruhi pengalaman konsumen. Selain itu, kedua penelitian ini sama-sama berorientasi pada pemahaman bagaimana aspek etika dapat mempengaruhi interaksi antara bisnis dan pelanggan.

²⁷ Laili Nur Aini, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Millennial di Kota Sampang," *Journal Of Economic And Business* 1, no. 1 (March 30, 2024): 12–24.

Perbedaannya terletak pada pendekatan dan metode yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh variabel etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan, sementara penelitian saya menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada analisis pelayanan penjualan dan penetapan harga serta dampaknya terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian ini berfokus pada kelompok millennial di kafe Kota Sampang, sedangkan penelitian saya meneliti konteks layanan penjualan dan harga di MBS Cell Jember.

10. Peneliti Berry Irsyad Al Amir dengan judul **“Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Andayani Waroeng Steak N Djawa (Studi Pada Andayani Waroeng Steak N Djawa Di Pamekasan)”**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan accidental sampling dengan analisis datanya menggunakan regresi linear berganda. Hasil Penelitian Ini menunjukkan bahwa kejujuran berpengaruh negatif dan tidak signifikan, sedangkan keadilan berpengaruh positif tetapi juga tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Andayani Waroeng Steak N Djawa. Sementara itu, kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, penerapan etika bisnis memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan, dengan kepercayaan sebagai variabel paling dominan.²⁸

Persamaannya terletak pada fokus pada etika bisnis dan kepuasan pelanggan. Keduanya membahas bagaimana penerapan etika bisnis dapat memengaruhi interaksi antara perusahaan dan pelanggan. Selain itu, baik penelitian ini maupun penelitian Anda menggunakan pendekatan kualitatif dalam pengumpulan data, meskipun dengan metodologi yang berbeda.

Perbedaannya terletak pada pendekatan dan metode yang digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei dan analisis regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh variabel kejujuran, keadilan, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, penelitian saya berfokus pada analisis kualitatif tentang pelayanan penjualan dan penetapan harga di MBS Cell Jember, tanpa menggunakan teknik analisis statistik yang kompleks. Selain itu, konteks penelitian ini berfokus pada restoran Andayani Waroeng Steak N Djawa di Pamekasan, sedangkan penelitian saya berkaitan dengan perusahaan penyedia layanan di Jember

²⁸ Berry Irsyad Al Amir, "Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Andayani Waroeng Steak N Djawa (Studi Pada Andayani Waroeng Steak N Djawa Di Pamekasan)," *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 5, no. 1 (2020): 13–18, <https://doi.org/10.21107/jsmb.v5i1.6497>.

Tabel 2. 1
Tabulasi Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Laelatul Afifah, 2021	Analisis Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan dan Penetapan Harga di Vilshop Madiun	<p>a. Fokus pada evaluasi implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnis.</p> <p>b. Memperhatikan bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan dalam konteks pelayanan dan penetapan harga di tempat bisnis yang diteliti</p>	Hasil evaluasi implementasi berbeda menyoroti kejujuran, keadilan, integritas moral, otonomi, dan saling menguntungkan dalam pelayanan dan harga
2	Fitri Amalia, 2021	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madinah Depok.	<p>a. Fokus pada implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam konteks perdagangan.</p> <p>b. Mengakui pentingnya etika bisnis Islam sebagai elemen krusial dalam aktivitas bisnis.</p>	a. menggunakan metode kuantitatif dengan data statistik konkret sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif.
3	Elvan Firmansyah, 2018	Mekanisme penetapan harga di rumah makan rama ditinjau dari etika bisnis Islam	<p>a. Fokus pada aspek etika bisnis Islam dalam konteks bisnis.</p> <p>b. Meninjau implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam.</p>	a. menilai apakah mekanisme penetapan harga sesuai dengan etika bisnis Islam, dengan fokus pada prinsip-prinsip seperti persatuan, keseimbangan, dan tanggung jawab sedangkan peneliti tentang bagaimana

No	Nama, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
				pelayanan dan penetapan harga di MBS Cell Jember mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dengan meninjau dampaknya dari perspektif etika bisnis Islam
4	Desy Astrid Anindya, 2020	Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua	a. Fokus pada pengaruh etika bisnis Islam dalam konteks bisnis. b. Menyelidiki dampak atau pengaruh dari perspektif etika bisnis Islam.	a. Tujuan Penelitian yang Berbeda yaitu mengkaji pengaruh langsung etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha b. menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier. Sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dan penelitian lapangan.
5	Elza Ana Mutia, 2022	ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN <i>GOFOOD</i> (Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna Layanan <i>GoFood</i>)	a. Fokus pada faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks layanan dan harga. b. Meneliti pengaruh atau dampak pelayanan dan penetapan harga terhadap keputusan	Menggunakan metode kuantitatif. sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dan penelitian lapangan

No	Nama, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
		di Purwokerto)	pembelian konsumen.	
6	Peneliti Trisy a Muliati, Faizal Nurmatias dan Khairul Azmi, 2022	PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM PADA RESTAURANT DR. NIA BAKER SEAFOOD N STEAK HOUSE DI KOTA DUMAI	Antara kedua penelitian terletak pada fokusnya terhadap penerapan etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan dalam memengaruhi keputusan atau kepuasan konsumen Muslim. Keduanya menyoroti pentingnya prinsip-prinsip Islam seperti amanah, keadilan, dan kejujuran dalam membangun kepercayaan pelanggan.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner sebagai metode pengumpulan data dan berfokus pada industri restoran
7	Gadis Arniyati Athar, 2020	ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL DI KOTA BINJAI SUMATERA UTARA	Menggunakan metode kualitatif dan penelitian lapangan untuk menggali data langsung dari subjek penelitian.	Fokus pada aspek seperti kepuasan pelanggan atau sector bisnis yang berbeda. Selain itu, penelitian saya secara khusus meninjau etika bisnis Islam, sementara penelitian lain menggunakan pendekatan yang lebih umum.
8	Zulfa Nabillatu Rozhania, Kholid Nawawi dan Syarifah Gust	Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera	a. Fokus pada pengaruh etika bisnis Islam dalam konteks bisnis b. Keduanya membahas	Menekankan pada prinsip-prinsip etika yang diterapkan dalam praktik pemasaran.

No	Nama, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
	iawati,2020	Moslem Store Bogor	penerapan prinsip etika dalam pemasaran dan pelayanan.	
9	Laily Nur Aini, Fuji Santoso, Elvin Nury Khirdany dan Siti Masfufah, 2024	Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor	a. Fokus pada etika bisnis dan hubungannya dengan kepuasan pelanggan atau keputusan pembelian. b. Mengkaji dampak penerapan prinsip-prinsip etika dalam konteks bisnis. c. Keduanya berorientasi pada pemahaman pengaruh etika terhadap interaksi bisnis dan pelanggan.	a. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif b. Penelitian ini menggunakan analisis regresi, sedangkan penelitian saya menekankan analisis dampak dari sisi pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian.
10	Berry Irsyad Al Amir, 2020	Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Andayani Waroeng Steak N Djawa (Studi Pada Andayani Waroeng Steak N Djawa Di Pamekasan)”	1. Fokus utama kedua penelitian adalah etika bisnis dan kepuasan pelanggan 2. Sama-sama membahas bagaimana penerapan etika bisnis memengaruhi interaksi antara perusahaan dan pelanggan. 3. Keduanya menggunakan pendekatan kualitatif dalam pengumpulan data.	1. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik analisis regresi linear berganda, sedangkan penelitian saya menggunakan penelitian lapangan. 2. Objek penelitian ini adalah pelanggan restoran, sementara penelitian Anda berfokus pada pelanggan toko telepon seluler (MBS Cell Jember).

No	Nama, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
				3. Penelitian ini memfokuskan pada variabel kejujuran, keadilan, dan kepercayaan, sedangkan peneliti lebih berfokus pada pelayanan penjualan dan penetapan harga dalam konteks etika bisnis Islam.

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

B. KAJIAN TEORI

1. Pelayanan Penjualan

a. Pengertian pelayanan

Menurut kamus lengkap Bahasa Indonesia disebutkan bahwa kata Pelayanan mempunyai arti membantu atau mengurus segala keperluan yang dibutuhkan oleh seseorang.²⁹ Pelayanan di definisikan sebagai aktivitas seseorang, organisasi atau sekelompok, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.³⁰ pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

²⁹ Em Zul Fajri and Ratu Aprillia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Difa Publisher, 2002), 520.

³⁰ Moenir, *Manajemen Pelayanan umum di Indonesia*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010). 26.

Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.³¹ Standar pelayanan yang ditetapkan sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen sehingga tidak terjadi kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan konsumen.³²

Disadari atau tidak, setiap bisnis pada hakikatnya adalah bisnis jasa/layanan dan setiap bisnis yang menawarkan layanan pelanggan yang baik akan memiliki kesempatan lebih besar untuk sukses dan berkembang daripada tidak terlalu peduli pada layanan pelanggan.³³ Pelayanan yang diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani konsumen. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan konsumen akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.³⁴

Komponen pelayanan dalam bisnis tidak dapat dipisahkan baik itu untuk perusahaan jasa maupun perusahaan dagang. Untuk perusahaan jasa, pelayanan ini sebagai produk yang berdiri sendiri, sedangkan pada perusahaan dagang dan industri sebagai produk tambahan yang selalu

³¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002), 83.

³² Arif Al and M. Nur Rianto, “*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*,” Bandung: Alfabeta, 2012, 211–12.

³³ Moenir, *Manajemen Pelayanan umum di Indonesia*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010). 1-3

³⁴ Muh Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta : Gema Insani Press, 2002), 207.

melekat pada produk utamanya.³⁵ Mengenai pelayanan dalam hubungannya dengan kerja bisnis, Islam telah mengatur bahwa setiap orang maupun organisasi perusahaan wajib memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik. Pelayanan yang berkualitas harus dimulai dengan karyawan yang mengerti akan kebutuhan pelanggan.

Dalam sejarah Rasulullah SAW, kesuksesan dalam berbisnis dilandasi dua hal pokok, yaitu: kepribadian yang amanah dan terpercaya serta pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni. Keduanya merupakan pesan moral yang bersifat universal yang bisa dikaitkan dengan sikap karyawan dalam melayani pelanggan. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam melayani pelanggan yaitu :

1. Shiddiq yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta kreatif dan percaya diri dalam melakukan transaksi bisnis, mencerminkan karyawan berusaha mencari kebutuhan pelanggan sehingga keinginan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan dan bisa menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat.
2. Tabliq yaitu mampu berkomunikasi dengan baik. Disini seluruh unsur perusahaan harus bisa merebut hati pelanggan dengan memberi perhatian serta komunikasi yang sopan, sehingga bisa membuat pelanggan senang.

³⁵ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008), 86.

3. Istiqomah, artinya konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meski menghadapi berbagai godaan dan tantangan.
4. Amanah, berarti bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal. Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap orang mukmin, apalagi yang memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan masyarakat.
5. Fathonah, berarti mengerti, memahami dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Setiap individu dalam perusahaan harus mampu dan paham tentang apa saja yang menjadi tugas dan kewajibannya.

Dalam sebuah masyarakat *no need society*, customer memiliki posisi signifikan, kesuksesan atau ambruknya perusahaan banyak bergantung pada kesetiaan customer. Dan kunci kesetiaan customer itu ada pada *Service* (pelayanan) yang diberikan oleh perusahaan.³⁶

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis dalam perspektif Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Alqur'an dan hadits dalam dunia bisnis. Contoh yang paling jelas adalah ajaran mengenai larangan mengurangi timbangan yang menunjukkan prinsip kejujuran.³⁷

Menurut Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang

³⁶ Muhammad Aziz Hakim, *Briefcase Book Edukasi Professional Syariah Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah* (Jakarta : Renaisan, 2005) , 64.

³⁷ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, Pustaka Pesantren, Yogyakarta, 2006, hlm. 12.

berbasiskan al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.³⁸

Dalam Islam, etika bisnis Islam menuntut dan mengarahkan kaum muslimin untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dibolehkan dan dilarang oleh Allah SWT termasuk dalam melaksanakan aktivitas ekonomi. Manusia bebas melakukan kegiatan ekonomi untuk meningkatkan taraf hidupnya. Etika dalam bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan moral dalam praktek bisnis yang mereka hadapi. Etika bisnis Islam harus dipahami secara benar sehingga kemungkinan kehancuran bisnis akan kecil dan dengan etika yang benar tidak akan merasa dirugikan dan mungkin masyarakat dapat menerima manfaat yang banyak dari kegiatan jual dan beli yang dilakukan.³⁹

Etika bisnis, bisa disebut etika manajemen, adalah penerapan standar etika pada aktivitas bisnis. Etika bisnis adalah kumpulan nilai benar, salah, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip etika. Dalam pengertian lain, etika bisnis berarti kumpulan prinsip dan standar yang harus dipegang oleh para pelaku bisnis dalam urusan, perilaku, dan hubungan mereka untuk mencapai "dasar" atau tujuan, menjalankan bisnis mereka sepenuhnya dengan aman.⁴⁰

³⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Penebar Plus, Jakarta, 2012, hlm. 30.

³⁹ Dany Hidayat, *Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat*, Jurnal JESTT, Vol. 2, No. 11, November 2015, hlm. 914.

⁴⁰ Nurul Widyawati Islami Rahayu, Khamdan Rifa'i, and Abdul Rokhim, "KOMUNIKASI ETIKA BISNIS DALAM KEBERAGAMAN AGAMA DI KABUPATEN JEMBER," *IJIC*:

Etika bisnis memegang peranan penting dalam membentuk pola dan sistem transaksi bisnis. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, perilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan yang pada akhirnya menentukan nasib bisnis yang dijalankan seseorang. Sisi yang cukup menonjol dalam meletakkan etika bisnis Nabi Muhammad SAW, adalah nilai spiritual, humanisme, kejujuran, keseimbangan dan semangatnya untuk memuaskan mitra bisnisnya. Implementasi yang dilakukan berporos pada nilai-nilai tauhid dan akhlak yang diyakininya.⁴¹

1. Prinsip- Prinsip Etika Bisnis

Etika atau moral sangat dibutuhkan dalam bisnis agar berjalan tertib, terarah, dan bermartabat.⁴² Secara umum, prinsip-prinsip yang dipakai dalam bisnis tidak akan pernah lepas dari kehidupan keseharian. Namun prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis sesungguhnya adalah implementasi dari prinsip etika pada umumnya. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus mampu menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam aktivitas bisnisnya. Adapun prinsip-

Indonesian Journal of Islamic Communication 4, no. 2 (September 10, 2021): 44, <https://doi.org/10.35719/ijic.v4i2.1617>.

⁴¹ Roni Subhan, Nikmatul Masruroh, Shinta Riska Diana, ""Penerapan Prinsip-prinsip Koperasi dalam Prespektif Etika Bisnis Islam"" ,*Al-Iqtishadi Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 4, no.1 (Oktober, 2017) : 182-184

⁴² Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, 16.

prinsipnya yaitu sebagai berikut:⁴³

a. Prinsip otonom

Otonomi merupakan kapasitas individu untuk membuat pilihan dan bertindak sesuai dengan kesesuaian terhadap apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan, sambil memikul tanggung jawab moral atas keputusan yang diambil.⁴⁴ Pebisnis yang otonom adalah orang yang sadar sepenuhnya akan tanggung jawabnya dalam dunia bisnis. Mereka tahu tentang bidang kegiatannya, situasi yang mereka hadapi, dan mereka sadar dan memahami risiko dan konsekuensi keputusan yang mereka ambil. Ini karena semuanya telah dipikirkan dan dipikirkan secara menyeluruh. Dalam hal ini, salah satu contoh bisnis atau perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, yang meliputi:⁴⁵

1. Memberikan produk atau jasa dengan kualitas yang terbaik dan sesuai dengan tuntutan mereka;
2. Memperlakukan konsumen secara adil dalam transaksi;
3. Membuat setiap usaha menjamin mengenai kesehatan dan keselamatan konsumen
4. Perusahaan harus menghormati martabat konsumen dalam menawarkan, memasarkan, dan mengiklankan produk.

Karena kebebasan adalah komponen utama dari prinsip otonomi,

⁴³ Faisal Badroen, Suhendra, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenada MediaGroup, 2006), 19.

⁴⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 37.

⁴⁵ Erni R. Ernawan, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2011), 35.

pebisnis otonom harus memiliki kebebasan untuk mengambil keputusan dan bertindak sesuai dengan keputusan yang mereka buat. Prinsip otonomi juga melibatkan tanggungjawab, yang berarti bahwa pebisnis otonom harus bertanggung jawab atas keputusan dan tindakannya. Kesiapan bertanggung jawab adalah sifat orang bermoral, dan dalam hal ini, tanggung jawab terdiri dari tanggung jawab terhadap stakeholder dan diri kita sendiri.⁴⁶

a. Prinsip kejujuran

Menerapkan prinsip kejujuran dalam bisnis dapat dilakukan dengan cara seperti menampilkan gambar barang yang sesuai dengan barang yang dijual, menyediakan deskripsi barang yang akurat sesuai dengan kondisi sebenarnya, dan mengirimkan barang sesuai dengan pesanan. Prinsip ini memiliki dampak positif bagi penjual, karena perilaku jujur akan meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap penjual. Dengan kepercayaan yang tinggi, pembeli akan cenderung melakukan pembelian ulang dari penjual, yang akan meningkatkan penjualan dan memberikan keuntungan yang besar.⁴⁷

Prinsipnya, kejujuran adalah kunci keberhasilan suatu bisnis; ini termasuk kejujuran saat melakukan kontrol kepada pelanggan, dalam hubungan kerja, dan sebagainya.⁴⁸ Ini mendorong upaya untuk menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha karena kejujuran

⁴⁶ Erni R. Ernawan, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2011), 36.

⁴⁷ Adriandi Kasim, "Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Bisnis Online," *The Renewal of Islamic Economic Law* 2, no. 1 (2021): 1–11.

⁴⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 37.

dapat membangun kepercayaan dan integritas antara pelaku bisnis. Selain itu, kejujuran menuntut adanya kebenaran dan keterbukaan.

Pada prinsip ini mampu membuat ketenangan hati bagi orang yang melaksanakannya. Kejujuran pada seorang pelaku bisnis akan membuat orang lain senang berteman dan berhubungan dengannya. Dalam hal berbisnis, pemupukan relasi (hubungan) sangat diperlukan, sebab relasi ini akan membantu kemajuan bisnis dalam jangka pendek maupun panjang.⁴⁹

Berbisnis dengan cara yang tidak jujur mencerminkan tindakan yang tercela, karena hal tersebut dapat merendahkan nilai kemuliaan manusia. Oleh sebab itu, penting bagi pelaku usaha untuk menjunjung tinggi prinsip kejujuran dalam menjalankan bisnis. Kejujuran akan mendorong konsumen untuk menaruh kepercayaan yang besar kepada pelaku usaha. Dampak positifnya, salah satunya, adalah peningkatan reputasi perusahaan.

b. Prinsip keadilan

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan usaha, agama Islam memiliki ajaran yang mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Keadilan dalam Islam bukanlah prinsip nomor dua, melainkan akar prinsip dari ranah proses ekonomi. Keadilan diterapkan pada semua ajaran Islam dan peraturannya baik akidah, syariat dan etika.²³ Menegakkan keadilan

⁴⁹ Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2016), 387.

itu tidak hanya dituntut dalam hal yang berkaitan dengan perbuatan dan ucapan atau keduanya sekaligus, tetapi juga diperintahkan dalam kegiatan ekonomi. Dalam hal ini, agama Islam memberikan landasan yang penting di Al-Qur'an, maka Allah berfirman dalam surah An-nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat". (QS. An-Nisa: 58)⁵⁰

Menurut Yusuf Qardhawi, "persamaan yang ideal adalah keadaan di mana tidak ada kezaliman terhadap seorang pun di dalam suatu perkara", keadilan tidak berarti kesamaan atau seimbang secara mutlak; sebaliknya, keadilan adalah menyamakan dua hal yang sesuai dengan batasan persamaan dan kemiripan kondisi antara keduanya, tanpa berniat untuk mendiskriminasi yang lain saat menetapkan batasan tersebut.⁵¹ Dalam konteks hubungan kerja antara majikan dengan pekerja, kedua belah pihak melakukan

⁵⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, 2019.

⁵¹ Muslich, *Etika Bisnis Islam Landasan Filosofi Normatif dan Substansi Implementasi Ekonisia* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2004), 38.

kegiatan setelah melakukan perjanjian kerja, harus memiliki prinsip adil dan jujur.⁵²

Prinsip ini mengharuskan setiap individu dalam kegiatan bisnis diperlakukan sesuai dengan haknya tanpa ada pihak yang dirugikan. Keadilan berarti tidak ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Salah satu teori mengenai keadilan yang dikemukakan oleh Aristoteles adalah:

1. Keadilan legal. Ini menyangkut hubungan antara individu atau kelompok masyarakat dengan negara. Semua pihak dijamin untuk mendapat perlakuan yang sama sesuai dengan hukum yang berlaku. Secara khusus dalam bidang bisnis, keadilan legal menuntut agar negara bersikap netral dalam memperlakukan semua pelaku ekonomi, negara menjamin kegiatan bisnis yang sehat dan baik dengan mengeluarkan aturan hukum bisnis yang berlaku secara sama bagi semua pelaku bisnis.
2. Keadilan komunitatif. Keadilan ini mengatur hubungan yang adil antara orang yang satu dengan yang lain. Keadilan ini menyangkut hubungan vertikal antara negara dengan warga negara, dan hubungan horizontal antar warga negara. Dalam bisnis keadilan ini berlaku sebagai kejadian tukar, yaitu menyangkut pertukaran yang fair antara pihak-pihak yang terkait.

⁵² Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid II*, 363.

3. Keadilan distributif. Atau disebut juga dengan keadilan ekonomi, yaitu distribusi ekonomi yang merata atau dianggap adil bagi semua warga negara. Dalam dunia bisnis keadilan ini berkaitan dengan prinsip perlakuan yang sama sesuai dengan aturan dan ketentuan dalam perusahaan yang juga adil dan baik.⁵³

Selain itu, prinsip keadilan wajib diterapkan baik dalam hubungan eksternal maupun internal perusahaan, memastikan setiap pihak memperoleh perlakuan yang sesuai dengan haknya. Keadilan menegaskan bahwa tidak ada pihak yang boleh dirugikan dalam hal hak maupun kepentingannya.

- c. Prinsip Saling menguntungkan

Semua pihak harus berusaha untuk saling menguntungkan menurut prinsip ini. Oleh karena itu, bisnis selalu ingin menghasilkan uang, dan konsumen ingin mendapatkan barang atau jasa yang memuaskan, baik dari segi harga maupun kualitas. Oleh karena itu, lebih baik jika bisnis dijalankan dengan cara yang saling menguntungkan antara bisnis dan pelanggannya. Jadi, prinsip ini mengatakan bahwa bisnis harus dapat mencapai solusi yang menguntungkan bagi semua pihak dalam bisnis yang kompetitif.⁵⁴

- d. Prinsip integritas moral

Prinsip ini diyakini sebagai dorongan internal bagi pelaku usaha atau perusahaan untuk menjalankan bisnisnya sambil menjaga

⁵³ Erni R. Ernawan, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2011), 37.

⁵⁴ Erni R. Ernawan, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2011), 37.

reputasi pribadi maupun nama baik perusahaannya. Dengan kata lain, prinsip ini mendorong pelaku bisnis dan perusahaan untuk senantiasa memberikan yang terbaik, sehingga dapat menjadi entitas yang dibanggakan. Hal tersebut tercermin dalam sikap dan perilaku pelaku usaha dalam setiap interaksi, baik dengan pihak luar maupun di lingkungan internal perusahaan.

Dari kelima prinsip yang telah disebutkan, prinsip keadilan dianggap sebagai yang paling fundamental dalam dunia bisnis. Prinsip ini menjadi fondasi utama sekaligus inti dari semua aturan bisnis, meskipun prinsip-prinsip lainnya tetap memiliki peran penting yang tidak boleh diabaikan. Dalam konteks keadilan, khususnya keadilan komutatif yang menekankan pada tidak melakukan perbuatan haram, prinsip ini mencakup semua aspek etika bisnis lainnya. Sebab, seseorang yang menjunjung kejujuran tidak akan merugikan orang lain, akan berupaya menciptakan hubungan yang saling menguntungkan, serta bertanggung jawab untuk tidak menyebabkan kerugian kepada pihak lain tanpa alasan yang jelas dan dapat diterima.

2. Tujuan Etika Bisnis Islam

Etika bisnis, yang merupakan kumpulan nilai-nilai mengenai apa yang dianggap baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas, memiliki beberapa tujuan umum yang dapat dijelaskan melalui studi tentang etika bisnis. Tujuan-tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mendapatkan konsep yang sama mengenai penilaian baik dan buruknya perilaku atau tindakan manusia dalam ruang dan waktu tertentu.
- b. Mengarahkan perkembangan masyarakat menuju suasana yang harmonis, tertib, teratur, damai dan sejahtera.
- c. Mengajak orang bersikap kritis dan rasional dalam mengambil keputusan secara otonom.⁵⁵

3. Pentingnya Etika Bisnis Dalam Berbisnis

Sepanjang sejarah kegiatan perdagangan atau bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika. Tidak dapat disangkal bahwa sekarang ini etika bisnis mendapat perhatian yang besar sampai menjadi disiplin ilmu yang berdiri sendiri. Hadirnya etika dalam dunia bisnis sangat diharapkan oleh semua pihak. Hal tersebut dikarenakan semua orang ingin memperoleh perlakuan yang etis dalam melakukan transaksi perdagangan. Praktek manipulasi dalam perdagangan tidak akan pernah terjadi jika dilandasi dengan etika yang tinggi. Etika memiliki kendali intern dalam hati nurani seseorang. Pelaku bisnis yang bisnisnya dilandasi dengan nilai keagamaan akan mengetahui bahwa perilaku etis dalam bisnis akan memberikan kepuasan tersendiri baik di duniamaupun di akhirat kelak. Dalam bisnis, etika Islam memiliki beberapa kepentingan, yaitu:

⁵⁵ Faisal Badroen, Suhendra, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 22-23.

- a) Etika Bisnis Islam dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menelaraskan kepentingan suatu lembaga bisnis yaitu mencari keuntungan dengan tuntutan moralitas.
- b) Etika Bisnis Islam bertugas melakukan perubahan atas kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan pemahaman bahwa bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika.⁵⁶

3. Penetapan Harga

a. Pengertian Harga

Definisi Harga ialah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk dan jasa atau sejumlah nilai yang harus konsumen tukarkan untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan jasa.⁵⁷ Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli.

Harga yang merupakan nilai tukar suatu produk, dalam penentuannya memerlukan pertimbangan atau strategi tertentu.⁵⁸

⁵⁶ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 60-61

⁵⁷ Nurul Setianingrum dkk “Analisis Harga Tiket dan Fasilitas Rekreasi Di Taman Botani Sukorambi Kabupaten Jember”, *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* Vol. 3 No. 3 (2024) 65-70 <https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi/article/view/384>

⁵⁸ Sofiah, Tri Wahyu Rizkiya, dan Anas Ma’ruf Annizar, “Model Persaingan Pasar Monopolistik dalam Penentuan Harga Obat Sesuai Hukum Ekonomi Syariah pada Masa Pandemi COVID-19,” *Jurnal Magister Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 6, no. 1 (2022): 309-32 <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JE/index>.

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran.

Dalam perdagangan Islam, penetapan harga harus adil dan sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran pasar. Berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penetapan harga dalam perdagangan Islam:

1. Tidak menetapkan harga oleh penguasa: Dalam Islam, Allah-lah yang menentukan harga.
2. Tidak Menggunakan strategi yang tidak melanggar: Dalam ekonomi Islam, berbagai strategi dapat digunakan untuk menentukan harga, selama tidak melanggar aturan seperti penipuan, kebohongan, atau penzaliman.
3. Menetapkan harga yang adil: Harga yang adil berarti tidak merugikan pembeli maupun penjual.
4. Tidak menetapkan harga pada kondisi tertentu: Pemerintah dapat menetapkan harga pada kondisi tertentu, seperti ketika terjadi ketidaksempurnaan pasar. Misalnya, ketika para penjual menolak

menjual barang dagangan mereka kecuali jika harganya mahal, atau ketika terjadi monopoli dalam perdagangan.⁵⁹

b. Metode Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk menetapkan suatu harga, antara lain:⁶⁰

1) Penetapan Harga Berdasarkan Nilai

Penetapan harga berdasarkan nilai (*value-Based Pricing*) menggunakan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual sebagai kunci penetapan harga. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Harga dihitung bersama-sama dengan bauran pemasaran lainnya sebelum program pemasaran ditetapkan.

2) Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-Based Pricing*) melibatkan biaya produksi, distribusi dan penjualan produk beserta tingkat pengembalian yang wajar bagi usaha dan risiko. Perusahaan dengan biaya yang rendah dapat menetapkan harga lebih rendah untuk menghasilkan penjualan dan laba yang lebih besar.

3) Penetapan Harga Berdasarkan Pesaing (*Competition-Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan Pesaing melibatkan biaya, strategi dan produk pesaing. Konsumen akan mendasarkan penilaian mereka dari nilai produk pada harga dan biaya untuk produk yang serupa.

⁵⁹ Asmuni, 'Penetapan Harga Dalam Islam: Perspektif Fikih Dan Ekonomi', Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA), 11.1 (2019), 1–14

⁶⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh* (Jakarta: Salemba Empat, 2018), hal. 325.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis penelitian

Pendekatan penelitian berisi tentang uraian pendekatan penelitian yang dipilih dan dilakukan secara kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif karena peneliti ingin mendeskripsikan tentang suatu aktifitas yaitu Analisis Pelayanan Penjualan dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Pada MBS Cell Jember.

Pada penelitian ini jenis yang digunakan dalam penelitian yaitu penelitian lapangan.⁶¹ Dimana peneliti secara langsung melakukan penelitian ditempat atau di lokasi penelitian untuk mendapatkan informasi yang akurat. Dalam penelitian ini, selain mengungkap pelayanan penjualan dan penetapan harga, juga membahas pandangan bisnis Islam untuk mengungkap sejauh mana pelayanan dan kebijakan harga yang diterapkan MBS Cell. Meskipun harganya lebih tinggi, tingginya jumlah pesanan menjadi fenomena menarik untuk dikaji lebih dalam, terutama terkait faktor pelayanan dan etika bisnis yang diterapkan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek kegiatan penelitian dilakukan yang bertujuan untuk mempermudah dalam mendapatkan informasi dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan pada pada salah satu toko konter pulsa

⁶¹ Andi Prastowo, "Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian," 2012, 183.

yang berlokasi di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

C. Subjek penelitian

Subyek penelitian merupakan pihak-pihak yang dijadikan sampel dalam suatu penelitian untuk memperoleh data. Adapun teknik yang digunakan mencari data dalam penyusunan penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive* yaitu teknik pemilihan (tujuan dan masalah dalam penelitian) agar informan dapat mewakili karakteristik populasi yang lebih dikenal sebelumnya. *Purposive* adalah metode pengambilan sampel di mana sampel dipilih berdasarkan karakteristik, ciri, kriteria, atau sifat tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, yang menjadi subyek adalah pelanggan dan manajemen MBS Cell Jember dengan beberapa kriteria di antaranya:

1. Pelanggan aktif yang sering melakukan pembelian di MBS Cell Jember.
2. Pelanggan dengan pengalaman beragam dalam menggunakan layanan atau membeli berbagai produk.
3. Pemilik dan karyawan yang terlibat langsung dalam penetapan harga dan pelayanan di MBS Cell Jember.

D. Teknik pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa teknik, yaitu:⁶²

1. Observasi

Observasi yaitu pengamatan langsung lapangan, peneliti dapat

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013) 225-240.

menemukan hal-hal yang sedianya tidak akan terungkap oleh responden dalam wawancara sehingga memperoleh kesan-kesan pribadi, dan merasakan suasana situasi sosial yang diteliti. Pengamatan atau observasi adalah suatu teknik yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti sertapencatatan cara sistematis.⁶³

2. Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, dengan alat wawancara seperti buku, pulpen dan alat perekam suara, sehingga mendapatkan informasi yang diperlukan. Wawancara (*interview*) merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan bertatap muka dengan orang yang dapat memberikanketerangan pada si peneliti. Dalam hal ini penulis menggunakan jenis wawancara bebas terpimpin yaitu: wawancara membawa kerangka pertanyaan-pertanyaan untuk disajikan, tetapi dengan cara bagaimana pertanyaan-pertanyaan itu diajukan dan di wawancara sama sekali diserahkan kepada kebijaksanaan wawancara.⁶⁴ Wawancara yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara tidak tersruktur, yang merupakan wawancara yang bersifat bebas yang mana peneliti tidak memakai panduan wawancara yang sudah disusun secara sistematis serta lengkap guna pengumpulan datanya. Dalam wawancara ini yang menjadi informan adalah owner, karyawan serta konsumen MBS Cell

⁶³ Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3* (Bumi Aksara, 2021), 45.

⁶⁴ Koentoroningrat, *Metodologi Penelitian Masyarakat*, (Jakarta : Gramedia,1985), 13.

jember.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah sebuah cara pengumpulan data yang didapat dari dokumen-dokumen yang telah ada ataupun tulisan yang tersimpan, bisa berbentuk catatan buku, transkrip, surat kabar dan lainnya. Pada penelitian ini peneliti memperoleh dokumentasi dengan memoto objek-objek dari tempat yang akan di teliti, data laporan penjualan dan hasil angket dari pelanggan di MBS Cell jember.

E. Analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶⁵

1. Reduksi Data.

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam mereduksi data akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai dan telah ditentukan sebelumnya.

⁶⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2018), 482.

Reduksi data juga merupakan suatu proses berfikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.⁶⁶

2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, flowchart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Selain itu dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami.⁶⁷

3. Penarikan Kesimpulan.

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat

⁶⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2018), 247-249

⁶⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2018), 249.

sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.⁶⁸

F. Keabsahan data

Konsep keabsahan data digunakan untuk menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan dalam suatu penelitian benar dan akurat. Data yang digunakan dalam penelitian ini diuji dengan teknik triangulasi. Dalam hal keabsahan data, triangulasi didefinisikan sebagai pemeriksaan data melalui berbagai metode, termasuk berbagai sumber yang berbeda. Dengan kata lain, triangulasi dapat didefinisikan sebagai metode pengumpulan data yang menggabungkan berbagai metode pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Dalam penelitian ini, metode triangulasi sumber dan teknik yang akan digunakan.⁶⁹ Tujuan dari teknik ini adalah menggali kebenaran informasi dengan cara memverifikasi data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁷⁰

Sehingga dalam uji keabsahan data ini maka penulis menggunakan *Triangulasi Sumber*, untuk mengecek data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pemilik, karyawan serta

⁶⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2018), 252-253.

⁶⁹ Helaluddin dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*, (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray: 2019), 135-136.

⁷⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), 274.

pelanggan di MBS cell yang berada di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember.

G. Tahap-tahap penelitian

Bagian ini menjelaskan rencana untuk melakukan penelitian, mengenai pendahuluan, pengembangan, desain, dan penelitian sebenarnya hingga pelaporan dijelaskan di sini. Adapun penelitian ini terdapat 3 tahapan yang harus dilakukan, yaitu sebagai berikut:⁷¹

1. Tahap Pra-Lapangan

Pra-lapangan mencakup penyusunan desain penelitian yang sesuai dengan keadaan lapangan. Ini mencakup tinjauan literatur, menentukan bidang penelitian, menentukan jadwal penelitian, memilih alat penelitian, merancang prosedur pengumpulan dan analisis data, dan merancang kredibilitas data yang diperoleh.

2. Tahap Lapangan

Tahap lapangan adalah proses pengumpulan data atau informasi ini. Peneliti dapat mendapatkan data dengan menggunakan metode seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan menggunakan alat seperti rekaman *handphone*, kamera, slide, dan lainnya, peneliti dapat mendapatkan data secara langsung. Tahap Analisis Data

Peneliti kemudian menghaluskan data dari informan dan dokumen dengan memperbaiki bahasanya setelah data dianalisis sesuai prosedurnya. Ini

⁷¹ Umar Siddiq dan Moh. Miftachuil Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), 24-33.

memastikan bahwa saat menulis sistem pelaporan hasil penelitian, tidak ada kesalahpahaman atau penafsiran yang salah.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah berdiri

MBS Cell merupakan salah satu konter pulsa dan aksesoris handphone terkemuka di Jember yang didirikan pada tahun 2013. Berlokasi di Jl. Jawa No. 3, tepatnya dekat bundaran DPRD Kabupaten Jember, MBS Cell hadir sebagai salah satu pelopor layanan telekomunikasi yang lengkap dan terpercaya di kawasan tersebut. Awalnya, MBS Cell hanya berdiri sebagai satu konter pusat, namun karena respon positif dari masyarakat dan pelanggan, usaha ini berkembang pesat. Tidak lama setelah konter pusat berjalan dengan stabil, Bapak Tri Maryono memperluas usahanya dengan membuka empat cabang tambahan di beberapa titik strategis kota Jember. Cabang-cabang tersebut antara lain MBS Cell Pajajaran, MBS Cell Quenzha yang terletak di Perumahan Bumi Tegal, MBS Cell Cabang Puri di Perumahan Puri Bunga Nirwana, serta konter drive-thru yang beroperasi di depan Gedung Soetarjo, Universitas Jember. Namun, dalam tiga tahun terakhir, MBS Cell menghadapi beberapa tantangan internal yang menyebabkan ditutupnya sebagian besar cabang. Saat ini, MBS Cell hanya mempertahankan dua konter aktif, yakni konter pusat di Jl. Jawa No. 3 dan MBS Cell Quenzha di Perumahan Bumi Tegal Besar.

MBS Cell menyediakan berbagai layanan seperti penjualan pulsa, paket

data, kartu perdana, aksesoris HP, hingga layanan grosir dan eceran. Kualitas pelayanan yang konsisten dan keberadaan lokasi yang strategis menjadikan MBS Cell tetap eksis dan dipercaya oleh masyarakat hingga saat ini.

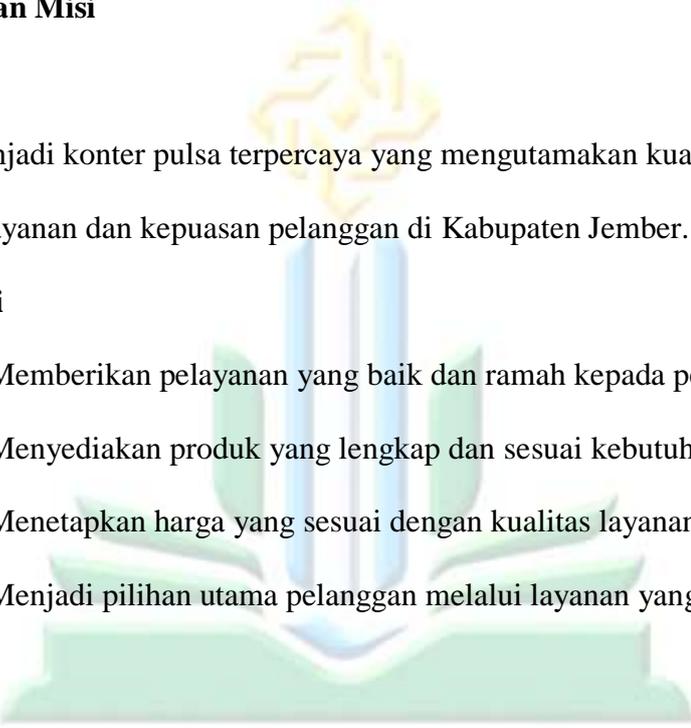
2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi konter pulsa terpercaya yang mengutamakan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Kabupaten Jember.

b. Misi

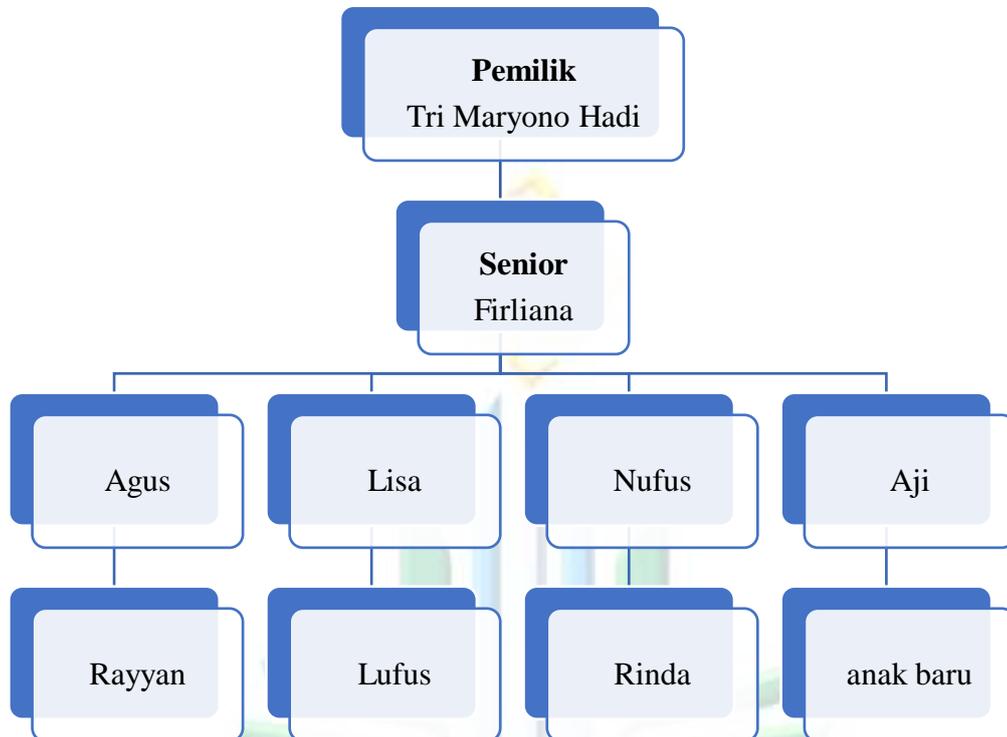
- a) Memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada pelanggan.
- b) Menyediakan produk yang lengkap dan sesuai kebutuhan konsumen.
- c) Menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas layanan.
- d) Menjadi pilihan utama pelanggan melalui layanan yang konsisten.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

c. Struktur Organisasi

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi



Sumber : Hasil wawancara dengan informan

Adapun deskripsi tugas dari struktur organisasi tersebut adalah

1. Pemilik

- a. Menetapkan peraturan dan kebijakan utama untuk menjamin kelancaran operasional dan pencapaian tujuan jangka panjang usaha.
- b. Bertanggung jawab dalam memimpin dan mengarahkan toko, serta memastikan semua aspek operasional berjalan dengan baik.
- c. Mengelola risiko dan keuntungan toko dengan bijak untuk mencapai kestabilan finansial dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

- d. Merencanakan dan mengembangkan sumber pendapatan serta mengelola pengeluaran untuk memastikan kesehatan keuangan usaha.
 - e. Menentukan dan mengimplementasikan strategi bisnis yang tepat untuk mencapai visi dan misi toko.
 - f. Mengkoordinasikan dan mengawasi seluruh kegiatan operasional toko, memastikan setiap departemen berjalan dengan efisien dan efektif.
 - g. Mengambil keputusan strategi untuk perkembangan toko dan melakukan evaluasi terhadap pencapaian tujuan jangka panjang.
2. Senior
- a. Mengelola stok barang di pusat dan cabang, memastikan ketersediaan produk yang diperlukan untuk dijual.
 - b. Menyusun jadwal kerja karyawan agar operasional toko berjalan lancar.
 - c. Berkomunikasi dengan supplier dan sales untuk memastikan pasokan stok barang dan voucher yang diperlukan selalu tersedia.
 - d. Memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai standar operasional dan pelayanan.
 - e. Memantau kinerja karyawan untuk memastikan kualitas layanan dan operasional toko tetap terjaga.
 - f. Mengelola produksi voucher yang akan dijual, memastikan ketersediaan sesuai permintaan.

3. Karyawan

- a. Menjaga kebersihan area konter dan memastikan tempat kerja selalu rapi.
- b. Memeriksa masa aktif perdana dan memastikan produk yang dijual tidak kadaluwarsa.
- c. Mencatat barang yang sering dicari oleh konsumen untuk membantu pengelolaan stok.
- d. Melayani pembeli dengan ramah dan memberikan informasi yang dibutuhkan.
- e. Membantu pelanggan dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
- f. Menyusun laporan penjualan harian dan memastikan kelancaran transaksi.
- g. Membantu pengaturan stok barang dan memastikan ketersediaan produk yang diperlukan.

Sebelum membahas hasil penelitian, peneliti terlebih dahulu membahas gambaran awal mengenai pelayanan dan penetapan harga di MBS Cell yaitu sebagai berikut:

1. Cara melayani pembeli

Karyawan di MBS Cell Jember memiliki pendekatan khusus dalam menyambut pembeli. Setiap pelanggan yang datang selalu disapa dengan ucapan, *“Selamat datang di MBS, cari apa?”* Selain itu, meskipun sedang melayani pembeli lain, karyawan tetap

mempersilakan pembeli yang baru datang untuk melihat-lihat atau memilih barang terlebih dahulu. Hal ini memberikan kesan ramah dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan.⁷²

2. Sikap Karyawan terhadap Pembeli

Hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa karyawan MBS Cell tidak membedakan pembeli berdasarkan latar belakang atau perilaku mereka. Setiap pelanggan dilayani dengan sikap yang profesional. Namun, setiap karyawan memiliki gaya unik dalam menyapa pelanggan. Ada yang menyapa dengan kesan ramah penuh senyuman, sementara yang lain menyapa seolah sudah kenal lama, menciptakan suasana yang nyaman bagi pelanggan.

3. Penawaran Barang, Diskon, dan Promo

Penawaran barang di MBS Cell Jember dilakukan melalui berbagai cara, termasuk:

- a) Media Sosial: Setiap karyawan diwajibkan untuk memposting promosi produk di media sosial mereka setiap hari. Hal ini membantu menjangkau pelanggan secara lebih luas.
- b) Papan Promo: Di konter, selalu tersedia papan promo yang diperbarui secara berkala sesuai dengan penawaran diskon atau promosi yang sedang berlaku. Hal ini memudahkan pelanggan untuk mengetahui informasi terbaru mengenai produk yang sedang

⁷² Firliana, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

diunggulkan.⁷³

4. Cara Penetapan Harga Barang di MBS Cell

Penetapan harga barang di MBS Cell dilakukan berdasarkan berbagai aspek berikut:

- a. Mencoba dan Membandingkan Barang: Sebelum menetapkan harga, tim MBS Cell selalu mencoba dan membandingkan kualitas barang dengan produk sejenis dari kompetitor. Hal ini memastikan pelanggan mendapatkan harga yang sepadan dengan kualitas.
- b. Pertimbangan Modal dan Operasional: Harga ditetapkan dengan mempertimbangkan biaya modal awal, operasional, dan keuntungan yang wajar.
- c. Kualitas Barang: Barang dengan kualitas lebih tinggi diberi harga lebih tinggi, sedangkan barang dengan kualitas standar dijual dengan harga lebih sesuai dengan modal.
- d. Harga Pesaing: MBS Cell juga memperhatikan harga yang ditetapkan oleh kompetitor. Jika pesaing menjual barang dengan harga tertentu, MBS Cell menetapkan harga yang tidak jauh berbeda untuk menjaga daya saing.

5. Barang yang dijual di MBS Cell

MBS Cell merupakan konter di pusat kota Jember yang sudah melayani puluhan pelanggan setiap harinya, konter ini menjual berbagai macam kebutuhan komunikasi, berikut ini data produk yang dijual

⁷³ Lisa, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

Tabel 4. 1
Barang yang Dijual di MBS Cell

NO	NAMA PRODUK	JENIS PRODUK	
1.	Handphone	Oppo	Vivo
2.	Aksesori	1.Kabel data 2. otg 3. charger Mobil 4. Reserver Bluetooth 5.waterproff 6. Pelindung kabel 7.Gurita 8. Ring hp 9. Kalung hp 10. Temperedglass	11.Charger 12. Hydrogel 13. Anti Jamur 14. Memory 15. Flashdisk 16. Stop kontak 17. Powerbank 18. Audio speaker 19. Card reader 20.tongsis DLL
3	Kartu Perdana	1. Telkomsel / By u 2. Indosat 3. Tri	4. Xl 5. Axis 6. Smartfren
4	Voucher	1. Telkomsel / By u 2. Indosat 3. Tri	4. Xl 5. Axis 6. Smartfren
5	Deposit Pulsa	Center Wa	Center Token
6	Baterai	Samsung	

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyampaian hasil penelitian ini merupakan bagian dari proses pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan pencatatan lapangan yang mendukung penelitian. Setelah selesai mengumpulkan data di lapangan, terutama di MBS Cell yang berlokasi di Kecamatan Summersari, dan setelah memperoleh data yang dianggap mencukupi, penelitian ini dapat diselesaikan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan pada tanggal 10 Januari tercatat jumlah pembeli sebanyak 18 orang. Adapun daftar pembeli tersebut sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Daftar Pembeli

No	Nama Pembeli	Umur
1.	Bu. Wartono	36 tahun
2.	Bu. Tri	45 tahun
3.	Bu. lilik	47 tahun
4.	Niken	21 tahun
5.	Diah	21 tahun
6.	Tia	26 tahun
7.	Ibu Indah	39 tahun
8.	Bapak Eprin L.	40 tahun
9.	Fendriyono	29 tahun
10.	Tasya	19 tahun
11.	Bu. Murti	39 tahun
12.	Nirwan	32 tahun
13	Sela	17 tahun
14	Vira	25 tahun
15	Ibu sri	48 tahun
16	Agung	28 tahun
17	Imam	20 tahun
18	Rizal	17 tahun

Sumber: Data dikelola dari hasil observasi selama wawancara.

Berdasarkan data hasil wawancara dengan 15 orang pembeli, pembeli berasal dari berbagai kalangan usia, mulai dari siswa SMA, mahasiswa, hingga orang yang sudah lanjut usia. Dari hasil wawancara, pembeli datang dengan tujuan yang beragam, seperti mengisi pulsa, membeli voucher, mengganti pelindung layar kaca, membeli token listrik, atau melakukan pengisian lainnya. Beragam kebutuhan ini mencerminkan bagaimana pelanggan memiliki alasan dan keperluan yang berbeda saat mengunjungi MBS Cell.

Berikut adalah data hasil penelitian yang terfokus pada rumusan masalah yang telah ditetapkan.

1. Bagaimana analisis pelayanan penjualan yang dijalankan oleh MBS Cell Jember dari perspektif etika bisnis

Dalam bisnis yang berkaitan dengan produk dan layanan, perusahaan harus memperhatikan pelayanan pelanggan untuk tujuan yang lebih besar dan luas. Dalam melayani pelanggan, perusahaan harus memberikan layanan terbaik yang mungkin untuk menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan saat mereka menggunakan, mengkonsumsi, dan mempercayai produk yang mereka gunakan.⁷⁴

Disadari atau tidak, setiap bisnis pada hakikatnya adalah bisnis jasa/layanan dan setiap bisnis yang menawarkan layanan pelanggan yang baik akan memiliki kesempatan lebih besar untuk sukses dan berkembang daripada tidak terlalu peduli pada layanan pelanggan.⁷⁵ Pelayanan yang diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani konsumen. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan konsumen akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.⁷⁶

Mengenai pelayanan dalam hubungannya dengan kerja bisnis, Islam telah mengatur bahwa setiap orang maupun organisasi perusahaan wajib memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik. Pelayanan yang berkualitas harus dimulai dengan karyawan yang

⁷⁴ Rosyda Nur Fauziyah."Service Excellence: Pengertian, Contoh, Cara, Peran, Aspek" Gramedia (blog). Desember 13,2024,

⁷⁵ Moenir, *Manajemen Pelayanan umum di Indonesia*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010). 1-3

⁷⁶ Muh Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta : Gema Insani Press, 2002), 207.

mengerti akan kebutuhan pelanggan. Moenir berpendapat bahwa pelayanan adalah proses memuaskan kebutuhan secara langsung melalui kegiatan orang lain.⁷⁷

MBS Cell adalah sebuah toko yang menyediakan layanan pulsa, data, serta aksesoris handphone yang terletak di Jalan Jawa, Kecamatan Sumpalsari, Kabupaten Jember. Berbeda dengan toko lainnya, MBS Cell memiliki jam operasional yang lebih panjang, yaitu buka dari pukul 7.30 pagi hingga pukul 01.00 dini hari. Toko ini menawarkan berbagai macam produk kebutuhan handphone, mulai dari perdana lengkap, pulsa, voucher, hingga aksesoris handphone lainnya.

Gambar 4.2
Jam operasional hingga pukul 01.00



Sumber : Diolah oleh peneliti 2025

Dengan jam operasional yang lebih fleksibel, MBS Cell berusaha memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang membutuhkan layanan kapan saja. Maka dari itu MBS Cell juga mengutamakan kepuasan pelanggan dengan menyediakan produk yang berkualitas serta

⁷⁷ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 47.

pelayanan yang ramah. Layanan yang diberikan tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga untuk memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Firliana selaku karyawan senior di MBS Cell ini :

Kami berupaya memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen, yaitu dengan menyapa pelanggan dengan ucapan “selamat datag di MBS cari apa?” sapaan itu yang wajib karyawan sampaikan pada pelanggan. Lalu dilanjut dengan penjelasan produk apa yang mau dibeli”⁷⁸

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pelayanan yang diberikan oleh MBS Cell, peneliti akan menyajikan hasil wawancara berdasarkan klasifikasi pelanggan dalam penelitian ini.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, pertanyaan difokuskan pada Apakah informasi yang diberikan oleh karyawan selalu jelas, sesuai kenyataan, dan memuaskan? Pernahkah Anda merasa informasi yang diberikan kurang jelas?

Dari segi karyawan MBS Cell

Lufus (23) menjawab jika dilihat dari segi etika bisnis itu kan pasti ada kejujuran, kalau masalah kejujuran dan memberikan informasi yang jelas sesuai kenyataan, contohnya untuk kabel data dan paketan kak,jadi biasanya sebelum barang itu didisplay ketika masih baru datang itu dicek terlebih dahulu lalu dilanjut pemasangan stiker yang tulisannya itu spesifikasi produk ,seperti berapa ampere kabel data yang dijual serta keterangan merk nya, jadi ketika ada yang beli,ini memudahkan kita sebagai karyawan saat menjelaskan pada pelanggan dan bisa memberikan kabel data yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan memastikan informasi atau spesifikasi produk itu tadi benar benar akurat. lalu untuk pengisian paketan kami biasanya mengonfirmasi apa yang di beli pelanggan dengan menyebutkan ulang detail paketan yang mereka beli.⁷⁹

⁷⁸ Firliana, diwawancarai oleh penulis, 10 Januari 2025

⁷⁹Lufus, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

Data dari pelanggan

B. wartono (36) menjawab Saya puas mbak karena mereka selalu terbuka soal harga, biasanya saya membeli paket data yang tiap bulan berubah-ubah, trus karyawan disini jelasin lagi ke saya harga nya berapa trus adminnya berapa Jadi saya tahu dapat apa dan bayar berapa.⁸⁰

Niken (21) menjawab saya merasa puas karena mereka mendengarkan keluhan saya dulu, lalu mencarikan produk yang cocok, seperti waktu saya memilih pelindung layar.⁸¹

Bu Tri (45) menjawab Saya agak kurang puas karena karyawannya banyak. Kalau yang melayani beda, saya harus menjelaskan lagi dari awal.⁸²

Nirwan (32) menjawab Kadang saya melihat ada harga promo yang ditempel di papan, tapi saat saya tanyakan ke karyawan, harganya berbeda atau barang habis, Saya agak kecewa"⁸³

Diah (21) menjawab Saya suka karena karyawannya ramah dan pelayanannya enjoy mbak, bahkan karyawannya ada yang sampai hafal sama nomer saya mba.⁸⁴

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara umum, pelayanan di MBS Cell sudah cukup baik, terutama dalam hal kejelasan informasi yang diberikan oleh karyawan. Sebagian besar pelanggan merasa puas dengan penjelasan yang diberikan, terutama terkait harga dan spesifikasi produk. Namun, ada beberapa keluhan mengenai ketidakkonsistenan harga promo yang tertera di papan dengan yang diberikan saat ditanyakan, serta ketidaknyamanan ketika pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang berbeda, yang menyebabkan pelanggan harus menjelaskan ulang dari awal. Meskipun demikian, secara keseluruhan pelanggan merasa dihargai dan puas dengan layanan yang ada, terutama terkait sikap ramah dan perhatian

⁸⁰ Bu Wartono, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

⁸¹ Niken, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

⁸² Bu Tri, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

⁸³ Nirwan, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

⁸⁴ Diah, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

karyawan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara tentang pertanyaan mengenai pelayanan yang dilakukan dan apakah pelayanan yang diberikan maksimal dan memuaskan?

Tasya (19) menjawab saya puas Mbak. Waktu itu saya sempat ada masalah registrasi, tapi kayawannya mau bantu sampai kartunya bisa dipakai.⁸⁵

Ibu lilik (47) menjawab kadang kurang puas mbak waktu itu saya pernah dilayani karyawan baru. Masih banyak tanya tanya.⁸⁶

Tia (26) menjawab menurut saya pelayanannya bagus, mereka bantu banget waktu saya bingung pilih charger. Dijelasin mana yang cocok sama HP saya.⁸⁷

Ibu indah (39) menjawab masih belum maksimal mba, saya pernah deposit pulsa besoknya baru masuk.⁸⁸

Bpk eprin lazuardi (40) menjawab sudah bagus untuk pelayanan mbak, saya langganan lama disini.⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen di MBS Cell sudah cukup baik, terutama dalam membantu menyelesaikan masalah registrasi dan memberikan penjelasan produk. Namun pelayanan masih belum maksimal karena terdapat beberapa keluhan, seperti penanganan oleh karyawan baru yang kurang memahami produk dan keterlambatan pada transaksi tertentu, seperti deposit pulsa. Hal ini menunjukkan bahwa ada ruang untuk meningkatkan konsistensi pelayanan, khususnya dalam memastikan semua karyawan memiliki pemahaman yang sama tentang produk dan layanan.

⁸⁵ Tasya, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

⁸⁶ Bu Lilik, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

⁸⁷ Tia, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

⁸⁸ Ibu Indah, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

⁸⁹ Bapak Eprin Lazuardi, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

Berdasarkan hasil wawancara tentang pertanyaan mengenai pelayanan yang dilakukan dan apakah merasa semua pelanggan dilayani dengan adil, tanpa membedakan? Apakah Anda pernah merasa diperlakukan kurang adil?

Data dari karyawan

Lisa (22) menjawab Untuk masalah perlakuan dengan adil biasanya sederhana saja mbak, seperti melayani pelanggan sesuai dengan urutan mereka datang, dan tidak membeda bedakan pelanggan dengan nominal pembelian mereka. Semua pelanggan, baik yang membeli dalam jumlah besar maupun kecil, tetap mendapatkan pelayanan yang sama baiknya. Kalau pelanggan merasa dirugikan itu pernah biasanya karena beberapa hal seperti sudah beli perdana baru ,tetapi dipasang di hp pelanggan tidak bisa karena keterbatasan dari hp nya,Lalu merasa dirugikan biasanya kalau mereka menuliskan atau menyebutkan nomer yang akan di isi pulsa tetapi salah dan otomatis masuk ke orang lain dan merugikan pelanggan.⁹⁰

Data dari pelanggan

B. wartono (36) Menjawab Semua pelanggan dilayani dengan baik, tidak ada perbedaan."

Bpk eprin lazuardi (40)Menjawab Pelayanannya adil, tidak membedakan pelanggan lama atau baru."

Bu Tri (45) Menjawab Kadang pembeli aksesoris didahulukan, jadi saya merasa kurang adil. Saya juga pernah diminta mencatat sendiri saat beli pulsa, mungkin itu aturan konter."

Niken (21) Menjawab Kalau lagi ramai, ada yang didahulukan tanpa alasan."

Diah (21) Menjawab Pelanggan dilayani sesuai antrian, saya merasa adil."

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan di MBS Cell secara umum sudah cukup baik, dengan banyak pelanggan merasa dilayani dengan adil tanpa perbedaan. Namun, ada beberapa keluhan terkait prioritas terhadap pembeli besar, pelayanan yang kurang teratur saat ramai, dan kebijakan catatan sendiri yang

⁹⁰ Lisa, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

dirasakan sebagian pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam memastikan pelayanan lebih konsisten dan adil bagi seluruh pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara tentang pertanyaan mengenai pelayanan yang dilakukan dan Apakah Anda merasa harga produk sebanding dengan kualitas dan pelayanan?

Tasya (19) Menjawab kalau untuk harga paketan disini relatif sama dengan konter lain mba, tapi untuk harga aksesoris memang lain tapi karena kualitas, kabel saya 3 bulan belum ganti masih jadi sesuai sama harganya

Ibu lilik (47) Menjawab menurut saya harga dan pelayanan sebanding mba, saya baru pertama kali beli disini ternyata pilihannya banyak jadi enak milihnya

Tia (26) Menjawab untuk harga memang selisih dengan konter lain, mungkin bisa dipertimbangkan lagi

Ibu indah (39) Menjawab Intinya, ada harga ada kualitas mba

Nirwan (32) Menjawab jujur saja mbak kalau dari kalangan driver MBS ini lebih mahal tapi jarang gangguan mbak.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh MBS Cell cukup memadai, dengan banyak pelanggan merasa puas dengan kualitas produk dan pelayanan yang ada. Beberapa pelanggan mengapresiasi harga yang sebanding dengan kualitas dan pilihan produk yang beragam. Namun, ada juga keluhan terkait harga yang dianggap lebih mahal dibandingkan dengan konter lain, meskipun kualitas dan pelayanan di MBS Cell dianggap baik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pelayanan sudah cukup baik, ada peluang untuk menyesuaikan harga agar lebih kompetitif dan menarik lebih banyak pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara tentang pertanyaan mengenai

integritas moral, Bagaimana Anda menjaga sikap profesional dalam setiap interaksi dengan pelanggan?

Data dari karyawan

Nufus (22) menjawab kalau untuk cara kerja sikap trus interaksi sama pelanggan itu pas awal training itu sudah mengajar mbak, jadi kita training 7 hari full belajar materi konter, cara menyapa pelanggan seperti “selamat datang di MBS” lalu diberi arahantatanan bahasa yang dipakai ketika ada yang beli kartu dan lain sebagainya trus diajari juga melayani pelanggan itu biasanya dijelaskan detail sama senior senior nya , trus biasanya dikasih tambahan seperti arahan dari pemilik konter, Contohnya, kita diajarin buat tetap profesional, kayak tidak boleh bercanda atau ngobrol sama teman pas lagi melayani pelanggan. Jadi, fokus kami itu ke pelanggan biar mereka merasa dilayani dengan baik.⁹¹

Berdasarkan wawancara dengan pelanggan apakah Anda merasa dihargai sebagai pelanggan?

Fendriyono (29) Menjawab saya merasa dihargai banget mbak. Pelayanannya selalu ramah dan mereka cepat membantu kalau ada masalah.⁹²

Bu Murti (39) Menjawab Sepenuhnya dihargai. Kalau saya datang, mereka langsung nyambut.⁹³

Sela (17) Menjawab saya merasa dihargai mbak, kalo ada penilaian sudah saya kasih bintang 5 mba untuk pegawainya.⁹⁴

Vira (25) Menjawab Kadang iya kadang nggak mbak, kadang kalau lagi ramai, pelayanannya agak lambat.⁹⁵

Berdasarkan hasil wawancara mengenai integritas moral dan profesionalisme dalam pelayanan, dapat disimpulkan bahwa MBS Cell telah menerapkan prosedur yang baik dalam menjaga sikap profesional di antara karyawannya. Pelatihan yang diberikan kepada karyawan sudah cukup lengkap, dimulai dari cara menyapa pelanggan,

⁹¹ Nufus, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

⁹² Fendriyono, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

⁹³ Bu Murti diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

⁹⁴ Sela diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

⁹⁵ Vira diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

menggunakan bahasa yang tepat, hingga menjaga fokus dan etika saat melayani. Karyawan juga diajarkan untuk tetap profesional, seperti tidak bercanda atau ngobrol dengan teman saat sedang melayani pelanggan, yang menunjukkan upaya untuk selalu memberikan pelayanan terbaik. Pelatihan dan arahan yang diberikan sudah baik, ada beberapa pelanggan yang merasakan perbedaan dalam pelayanan, terutama ketika kondisi konter sedang ramai. Meskipun banyak pelanggan yang merasa dihargai dan puas dengan layanan yang diberikan, ada juga yang mengungkapkan bahwa kadang pelayanan sedikit lambat saat suasana sedang sibuk. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun MBS Cell sudah berusaha menjaga sikap profesional, ada kesempatan untuk meningkatkan kecepatan pelayanan agar setiap pelanggan merasa dihargai tanpa ada kendala, terutama di saat-saat sibuk.

2. Bagaimana penetapan harga oleh MBS Cell Jember yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis

Penetapan harga dalam kegiatan jual beli memiliki peranan yang krusial karena hal ini digunakan untuk mengatur seberapa banyak keuntungan yang ingin kita capai agar dapat mendapatkan hasil positif, bukan sebaliknya.

Untuk lebih jelas mengenai penetapan Harga berdasarkan klasifikasi konsumen, peneliti akan menyajikan hasil wawancara dalam penelitian ini sebagai berikut. lebih jelas mengenai penetapan harga berdasarkan klasifikasi konsumen, peneliti akan menyajikan hasil

wawancara dalam penelitian ini sebagai berikut.

Berdasarkan hasil wawancara tentang pertanyaan mengenai bagaimana penentuan harga di MBS bandar pulsa

Pemilik MBS Cell menjawab Untuk penentuan harga sendiri itu berbeda beda mbak, Untuk pulsa, paket data, dan kartu perdana, kami menyesuaikan harga dari provider, karena kami tidak memproduksi sendiri. Sedangkan untuk aksesori HP, harganya disesuaikan dengan biaya operasional, terutama gaji karyawan. Soalnya, jam buka konter ini lumayan panjang, jadi kami butuh tenaga kerja yang bisa melayani pelanggan dengan baik. Makanya, harga juga disesuaikan supaya karyawan tetap sejahtera dan pelayanan tetap maksimal.⁹⁶

Berdasarkan hasil wawancara tentang pertanyaan mengenai apakah pernah mengalami perbedaan harga antara yang tertera dan yang di berikan

Fendriyono (29) Menjawab Nggak pernah sih beda harga, cuma awalnya kaget aja. Harga voucher 17.900, aku bayar 20.000, tapi kembalinya cuma 2.000."⁹⁷

Sela (17) Menjawab Selalu sesuai dengan Harga yang ada di label⁹⁸

Bu. Murti (39) Menjawab Tidak ada bedanya mbak, selalu sesuai harga yang dibilang."⁹⁹

Bu Sri (48) Menjawab Nggak pernah ngerasa ada selisih harga, ya sesuai aja sama yang dibilang di awal.¹⁰⁰

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

⁹⁶ Bpk Tri, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

⁹⁷ Fendriyono, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

⁹⁸ Sela, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

⁹⁹ Bu Murti, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

¹⁰⁰ Bu Sri, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

Gambar 4.3
Harga Voucher

Sumber : Diolah oleh peneliti 2025

Berdasarkan hasil wawancara, penetapan harga di MBS Cell menurut konsumen sudah cukup adil karena tidak ada perbedaan antara harga yang tertera dan yang diberikan saat pembayaran. Sebagian besar konsumen merasa harga yang diberikan sesuai dengan yang diinformasikan sebelumnya, meskipun ada yang sempat kaget dengan sistem pembulatan, seperti pada voucher Rp17.900 yang saat dibayar Rp20.000 hanya mendapat kembalian Rp2.000. Dalam etika bisnis Islam, transparansi sangat penting, sehingga pembulatan harga tanpa konfirmasi masih kurang memenuhi prinsip kejujuran dan keadilan. Oleh karena itu, sebaiknya MBS Cell lebih terbuka dalam menginformasikan pembulatan harga kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara tentang pertanyaan mengenai apakah harga yang ditawarkan MBS Cell tidak memberatkan anda?

B. Sri (48) Menjawab kalau harganya relatif sama mbak, tapi lebih nyaman aja disini, cepet masuk.¹⁰¹

Agung (28) Menjawab bahwa meskipun harga aksesoris di MBS Cell sedikit berbeda, ia tetap puas karena mendapatkan produk dengan merek yang diinginkan dan sesuai dengan kualitasnya.¹⁰²

Rizal (17) juga menyatakan bahwa harga di MBS Cell masih terjangkau, dan yang paling ia sukai adalah pelayanannya yang ramah serta cepat dalam menangani transaksi.¹⁰³

Imam (20) menjawab harganya sama saja bersaing, pelayanannya juga sangat membantu. Pernah waktu itu saya ada kendala saat isi pulsa, stafnya langsung kasih nomor konter biar saya bisa hubungi kalau ada apa-apa, jadi nggak perlu bolak-balik ke tokonya.¹⁰⁴

Fendriyono (29) juga menyatakan hal yang sama, menurutnya MBS Cell menawarkan harga yang masih terjangkau dengan pelayanan yang lebih baik dibandingkan konter lain.¹⁰⁵

Berdasarkan hasil wawancara, harga pulsa dan paket data di MBS Cell relatif sama dengan konter lain, namun banyak konsumen lebih memilih berbelanja di sini karena kecepatan pengisian dan pelayanan yang lebih baik. Meskipun harga aksesoris di MBS Cell sedikit lebih tinggi, konsumen tetap merasa puas karena mendapatkan produk dengan merek yang diinginkan dan sesuai dengan kualitasnya. Sebagian besar konsumen juga menyatakan bahwa harga di MBS Cell masih terjangkau, dengan pelayanan yang ramah serta cepat dalam menangani transaksi. Selain itu, faktor lain yang membuat pelanggan merasa nyaman adalah kemudahan dalam menyelesaikan kendala saat pengisian pulsa atau paket data, di mana staf MBS Cell dengan sukarela memberikan nomor kontak konter agar pelanggan dapat menghubungi tanpa harus kembali ke toko. Secara keseluruhan,

¹⁰¹ Bu Sri, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

¹⁰² Agung, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

¹⁰³ Rizal, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

¹⁰⁴ Imam, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

¹⁰⁵ Fendriyono, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

konsumen merasa bahwa harga di MBS Cell cukup bersaing dan sebanding dengan layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil wawancara tentang pertanyaan mengenai apakah penetapan harga di MBS Cell sudah adil menurut pembeli?

Vira (25) Menurut saya, penetapan harga di MBS Cell sudah adil, Mbak. Awalnya saya sempat merasa ada perbedaan harga antara yang tertera di label dengan yang ada di nota, tetapi setelah saya tanyakan ke karyawan, mereka menjelaskan bahwa harga tersebut sudah termasuk pajak dan biaya layanan. Selain itu, mereka juga membantu saya mendapatkan bonus tambahan saat membeli kartu perdana.¹⁰⁶

Tasya (19) Saya pikir harga di MBS Cell sudah sesuai, karena setiap kali saya berbelanja, harga yang saya bayarkan sesuai dengan yang diinformasikan. Meskipun ada perbedaan di kartu perdana, misalnya tertulis 12GB tetapi yang bisa dipakai di Jember hanya 9–10GB, ternyata itu memang tergantung dari kebijakan provider, bukan karena kesalahan dari konternya.¹⁰⁷

Diah (21) Iya, Mbak, menurut saya harga di sini cukup adil. Pernah suatu kali saya ragu karena melihat harga kartu perdana sedikit berbeda dengan tempat lain, tapi setelah dijelaskan bahwa ada perbedaan paket dan bonus kuota tergantung wilayah, saya jadi paham. Karyawan di sini juga selalu siap membantu klaim bonus.¹⁰⁸

Bpk eprin lazuardi (40) Menurut saya, harga di MBS Cell masih terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan. Saya suka belanja di sini karena cepat dalam pengisian, mereka transparan kalau ada perubahan harga, jadi saya tidak pernah merasa dirugikan.¹⁰⁹

B lilik (47) Saya merasa harga di MBS Cell sudah adil, Mbak. Dibandingkan dengan konter lain, harganya tidak terlalu mahal, mereka juga selalu memberi tahu kalau ada promo atau paket yang lebih menguntungkan sebelum saya membeli, jadi saya bisa memilih yang murah.¹¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara, konsumen menilai bahwa penetapan harga di MBS Cell sudah adil dan transparan. Meskipun terdapat perbedaan harga antara yang tertera pada label dengan yang tercantum

¹⁰⁶ Vira, diwawancarai oleh penulis, Jember, 11 Januari 2025

¹⁰⁷ Tasya, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

¹⁰⁸ Diah, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

¹⁰⁹ Bpk Eprin, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

¹¹⁰ Bu lilik, diwawancarai oleh penulis, Jember, 10 Januari 2025

dalam nota, karyawan MBS Cell memberikan penjelasan bahwa harga tersebut telah mencakup pajak dan biaya layanan, sehingga pelanggan memperoleh kejelasan dalam transaksi. Selain itu, perbedaan jumlah kuota pada kartu perdana yang tertera dengan yang dapat digunakan di wilayah tertentu dijelaskan sebagai kebijakan dari pihak penyedia layanan, bukan akibat kesalahan konter. Transparansi dalam perubahan harga serta penyampaian informasi terkait promo atau paket yang lebih menguntungkan menjadi faktor yang meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dengan demikian, meskipun terdapat sedikit perbedaan harga dibandingkan konter lain, pelanggan tetap memilih MBS Cell karena kecepatan pelayanan, keterbukaan informasi, serta upaya karyawan dalam memberikan keuntungan tambahan, seperti bantuan klaim bonus dan rekomendasi paket yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara tentang pertanyaan mengenai Jika ada perubahan harga apakah karyawan memberitahu terlebih dahulu?

Vira (25) Menjawab biasanya sebelum saya membeli pulsa, karyawan selalu memberitahu jika ada kenaikan harga dari provider.

Nirwan (32) Menjawab harga yang dipajang di papan promo bisa berbeda dengan harga stok yang tersedia.

B lilik (47) Menjawab saya sudah langganan disini mbak selalu memberi tahu dulu kalau ada perubahan harga, terutama untuk paket data yang memang sering mengalami kenaikan.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa karyawan MBS Cell secara umum selalu menginformasikan kepada pelanggan jika terjadi perubahan harga, terutama untuk pulsa, paket data, dan

kartu perdana. Sebagian pelanggan menyadari bahwa harga yang dipajang dalam promo terkadang berbeda dengan harga stok yang tersedia, sehingga diharapkan produk yang dipromosikan sudah siap. Selain itu, pelanggan yang sudah berlangganan di MBS Cell merasa bahwa transparansi dalam perubahan harga, khususnya pada paket data yang sering mengalami kenaikan, memberikan rasa percaya dan kenyamanan dalam bertransaksi. Hal ini menunjukkan bahwa MBS Cell berupaya menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan guna memastikan keterbukaan dan kepuasan dalam setiap transaksi.

C. Analisis Etika Bisnis Islam

1. Bagaimana analisis pelayanan penjualan yang dijalankan oleh MBS Cell Jember dari perspektif etika bisnis

Pelayanan adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang dengan senang hati dan ramah agar dapat memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan serta membuat pelanggan merasa puas. Tujuan pelayanan terhadap pelanggan adalah agar karyawan dapat bertemu dengan pelanggan secara langsung.

Dalam agama Islam apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa pelayanan diharuskan memberikan pelayanan yang berkualitas agar pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Baik buruknya perilaku usaha bisnis para pengusaha menentukan sukses atau gagalnya bisnis yang dijalankan seperti yang dijelaskan dalam Al Qur'an dalam Surat Al-Imran ayat 159 Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ
 حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal. (QS. Ali-Imran (3) : 159)¹¹¹

Etika bisnis memegang peranan penting dalam membentuk pola dan sistem transaksi bisnis. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, perilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan yang pada akhirnya menentukan nasib bisnis yang dijalankan seseorang. Sisi yang cukup menonjol dalam meletakkan etika bisnis Nabi Muhammad SAW, adalah nilai spiritual, humanisme, kejujuran, keseimbangan dan semangatnya untuk memuaskan mitra bisnisnya. Implementasi yang dilakukan berporos pada nilai-nilai tauhid dan akhlak yang diyakininya.¹¹²

¹¹¹ <https://quran.kemenag.go.id/> (14 Maret 2025)

¹¹² Roni Subhan, Nikmatul Masruroh, Shinta Riska Diana, ""Penerapan Prinsip-prinsip Koperasi dalam Prespektif Etika Bisnis Islam"" ,*Al-Iqtishadi Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 4,

Pada umumnya, prinsip yang digunakan dalam bisnis tidak akan pernah terpisah dari kehidupan sehari-hari. Namun, prinsip yang berlaku dalam bisnis sesungguhnya adalah implementasi dari prinsip etika pada umumnya. Dengan demikian, pelaku bisnis harus memiliki pilihan untuk menerapkan prinsip etika bisnis dalam aktivitas bisnisnya. Prinsip etika bisnis seperti yang ditunjukkan oleh Sonny Keraf adalah sebagai berikut:

1. Prinsip Otonomi

Otonomi merupakan kapasitas individu untuk membuat pilihan dan bertindak sesuai dengan kesesuaian terhadap apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan, sambil memikul tanggung jawab moral atas keputusan yang diambil.¹¹³ Pebisnis yang otonom adalah orang yang sadar sepenuhnya akan tanggung jawabnya dalam dunia bisnis. Mereka tahu tentang bidang kegiatannya, situasi yang mereka hadapi, dan mereka sadar dan memahami risiko dan konsekuensi keputusan yang mereka ambil. Ini karena semuanya telah dipikirkan dan dipikirkan secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan MBS Cell yang sudah sesuai informasi dari pemilik MBS Cell, menyatakan bahwa MBS Cell bertanggung jawab atas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Jika terjadi kendala dalam transaksi,

no.1 (Oktober, 2017) : 182-184

¹¹³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 37.

seperti registrasi kartu yang belum berhasil atau pengisian voucher yang belum mendapatkan balasan, MBS Cell memberikan nomor kontak kepada pelanggan agar mereka dapat menghubungi pihak konter untuk menyelesaikan masalah tersebut. Nomor kontak pengaduan ini juga dicantumkan di dalam toko, diposting di Instagram, serta ditempel di pintu masuk sebagai bentuk transparansi dan tanggung jawab kepada pelanggan. Tanggung jawab selanjutnya juga MBS Cell juga memastikan kualitas layanan dengan menyediakan jumlah karyawan yang cukup di setiap shift. Hal ini dilakukan agar setiap pelanggan dapat dilayani dengan baik, terutama saat toko sedang ramai, sehingga kepuasan pelanggan tetap terjaga.

Menurut teori dan data di atas menunjukkan bahwa pemilik MBS Cell telah menerapkan prinsip otonomi dalam etika bisnis Islam. Ini ditunjukkan oleh upaya mereka untuk memenuhi kewajiban bisnis mereka terhadap konsumen.

2. Prinsip Kejujuran

Menerapkan prinsip kejujuran dalam bisnis dapat dilakukan dengan cara seperti menampilkan gambar barang yang sesuai dengan barang yang dijual, menyediakan deskripsi barang yang akurat sesuai dengan kondisi sebenarnya, dan mengirimkan barang sesuai dengan pesanan. Prinsip ini memiliki dampak positif bagi penjual, karena perilaku jujur akan meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap penjual. Dengan kepercayaan yang tinggi,

pembeli akan cenderung melakukan pembelian ulang dari penjual, yang akan meningkatkan penjualan dan memberikan keuntungan yang besar.¹¹⁴

Prinsipnya, kejujuran adalah kunci keberhasilan suatu bisnis; ini termasuk kejujuran saat melakukan kontrol kepada pelanggan, dalam hubungan kerja, dan sebagainya.¹¹⁵ Ini mendorong upaya untuk menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha karena kejujuran dapat membangun kepercayaan dan integritas antara pelaku bisnis. Selain itu, kejujuran menuntut adanya kebenaran dan keterbukaan.

Data yang diperoleh penulis melalui wawancara dari beberapa konsumen MBS Cell terkait pelayanan yang diberikan kepada konsumen berkaitan dengan informasi pelayanan yang maksimal, penulis mendapatkan beberapa pendapat dari narasumber yang meliputi

Menurut B. Wartono yang sering membeli paket data di MBS Cell, ia merasa puas karena karyawan selalu terbuka mengenai harga. Ia menjelaskan bahwa harga paket data sering berubah setiap bulan, namun karyawan selalu menginformasikan secara jelas mengenai harga terbaru serta biaya admin. Dengan begitu, ia mengetahui dengan pasti jumlah yang harus dibayarkan.

Hal yang sama juga dirasakan oleh Niken, ia merasa puas

¹¹⁴ Adriandi Kasim, "Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Bisnis Online," *The Renewal of Islamic Economic Law* 2, no. 1 (2021): 1–11.

¹¹⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 37.

karena karyawan MBS Cell mendengarkan kebutuhannya terlebih dahulu sebelum memberikan rekomendasi produk. Ia mencontohkan ketika mencari pelindung layar, karyawan membantu mencarikan yang sesuai dengan kebutuhannya. Diah juga menyampaikan kepuasannya terhadap pelayanan di MBS Cell. Menurutnya, karyawan tidak hanya ramah tetapi juga mampu mengingat pelanggan tetap, bahkan ada karyawan yang menghafal nomor pelanggan yang sering bertransaksi.

Namun, tidak semua pelanggan merasa puas dengan informasi yang diberikan oleh karyawan. Bu Tri mengungkapkan bahwa meskipun pelayanan cukup baik, ia merasa agak kurang puas karena jumlah karyawan yang banyak menyebabkan ia harus menjelaskan ulang kebutuhannya setiap kali dilayani oleh karyawan yang berbeda. Nirwan juga menyampaikan ketidakpuasannya terkait ketidaksesuaian informasi harga promo. Ia menjelaskan bahwa terkadang melihat harga promo yang tertera di papan, namun saat bertanya kepada karyawan, harga yang diberikan berbeda atau barang yang dipromosikan sudah habis tanpa ada pembaruan informasi. Hal ini membuatnya merasa kecewa.

Berbeda halnya dengan pendapat dari pihak karyawan yang diwakili oleh Lufus. Ia menjelaskan bahwa dalam menjalankan bisnis, kejujuran dalam memberikan informasi adalah hal yang

penting. Sebagai contoh, sebelum kabel data dipajang, karyawan akan memeriksa produk terlebih dahulu dan menempelkan stiker spesifikasi seperti ampere serta merek produk. Dengan demikian, karyawan dapat lebih mudah menjelaskan produk kepada pelanggan dan memastikan informasi yang diberikan benar-benar akurat. Selain itu, dalam pengisian paket data, karyawan selalu mengonfirmasi ulang detail paket yang dibeli dengan menyebutkan kembali informasi paket yang dipilih oleh pelanggan untuk menghindari kesalahan dalam transaksi.

Menurut teori dan data di atas, berdasarkan analisis peneliti, pihak karyawan MBS Cell telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam berupa kejujuran dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Dengan adanya pengecekan produk sebelum dipajang, pencantuman spesifikasi barang, serta konfirmasi ulang saat transaksi, pelanggan mendapatkan informasi yang jelas dan sesuai dengan kenyataan. Hal ini membuat kepercayaan konsumen terhadap MBS Cell tetap terjaga. Pelayanan yang diberikan juga mencerminkan keterbukaan dalam menyampaikan harga dan ketersediaan produk. Namun, beberapa kendala seperti ketidaksesuaian harga promo dengan stok barang yang tersedia serta pergantian karyawan yang menyebabkan pelanggan harus mengulang penjelasan masih terjadi. Jika hal ini tidak diperbaiki, maka kepuasan pelanggan dapat berkurang dan berdampak pada

reputasi MBS Cell.

3. Prinsip Keadilam

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan usaha, agama Islam memiliki ajaran yang mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Keadilan dalam Islam bukanlah prinsip nomor dua, melainkan akar prinsip dari ranah proses ekonomi. Keadilan diterapkan pada semua ajaran Islam dan peraturannya baik akidah, syariat dan etika.²³ Menegakkan keadilan itu tidak hanya dituntut dalam hal yang berkaitan dengan perbuatan dan ucapan atau keduanya sekaligus, tetapi juga diperintahkan dalam kegiatan ekonomi. Dalam hal ini, agama Islam memberikan landasan yang penting di Al-Qur'an, maka Allah berfirman dalam surah An-nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”. (QS. An-Nisa: 58)¹¹⁶

Data yang diperoleh penulis melalui wawancara dari beberapa konsumen MBS Cell terkait pelayanan di MBS Cell. Menurut Lisa,

¹¹⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, 2019.

salah satu karyawan MBS Cell, pelayanan diberikan secara adil kepada semua pelanggan. Ia menjelaskan bahwa setiap pelanggan dilayani sesuai dengan urutan kedatangan tanpa membedakan jumlah pembelian. Baik pelanggan yang membeli dalam jumlah besar maupun kecil tetap mendapatkan pelayanan yang sama. Namun, ia juga menyebutkan bahwa ada beberapa kasus di mana pelanggan merasa dirugikan, misalnya ketika kartu perdana yang dibeli tidak dapat digunakan karena keterbatasan perangkat atau kesalahan pelanggan dalam menuliskan nomor saat pengisian pulsa, yang menyebabkan saldo masuk ke nomor lain.

Pendapat pelanggan mengenai pelayanan di MBS Cell cukup beragam. B Wartono merasa bahwa semua pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik tanpa ada perbedaan. Hal yang sama juga disampaikan oleh Bpk. Eprin Lazuardi, yang menilai bahwa pelayanan di MBS Cell adil dan tidak membedakan antara pelanggan lama maupun baru. Sementara itu, Diah menilai bahwa pelayanan di konter sudah sesuai dengan antrean, sehingga ia merasa diperlakukan dengan adil.

Namun, beberapa pelanggan merasa ada ketidaksesuaian dalam pelayanan. Bu Tri menyampaikan bahwa pembeli aksesoris terkadang didahulukan, yang membuatnya merasa kurang adil. Ia juga pernah diminta untuk mencatat sendiri nomor yang akan diisi pulsa, meskipun ia memahami bahwa hal tersebut mungkin

merupakan kebijakan konter. Niken juga mengungkapkan bahwa saat konter sedang ramai, ada pelanggan yang didahulukan tanpa alasan yang jelas, yang membuatnya merasa kurang nyaman dengan sistem antrean.

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan di MBS Cell secara umum sudah baik dan adil bagi sebagian besar pelanggan. Namun, masih terdapat beberapa keluhan mengenai prioritas terhadap pembeli tertentu dan kebijakan internal yang kurang konsisten. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi lebih lanjut untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar tetap adil dan merata bagi semua pelanggan.

Berdasarkan teori etika bisnis Islam, prinsip keadilan dalam pelayanan menekankan bahwa setiap pelanggan berhak mendapatkan perlakuan yang sama tanpa diskriminasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa karyawan MBS Cell telah berupaya menerapkan prinsip ini dengan melayani pelanggan sesuai urutan tanpa membedakan nominal pembelian. Selain itu, semua pelanggan mendapatkan pelayanan yang sama baiknya, sesuai dengan prinsip kesetaraan dalam transaksi bisnis. Meskipun demikian, beberapa pelanggan mengungkapkan adanya ketidakkonsistenan dalam praktik di lapangan, seperti prioritas terhadap pembeli aksesoris atau pelanggan tertentu saat konter dalam kondisi ramai. Ketidakkonsistenan ini dapat menimbulkan

persepsi ketidakadilan, yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam perspektif etika bisnis Islam, keadilan dalam pelayanan merupakan aspek penting yang harus dijaga untuk membangun kepercayaan dan reputasi bisnis yang baik. Oleh karena itu, MBS Cell perlu meningkatkan konsistensi dalam sistem antrian dan memastikan seluruh pelanggan mendapatkan pelayanan yang adil, sehingga loyalitas pelanggan dapat terjaga dan reputasi bisnis tetap positif.

4. Prinsip Saling menguntungkan

Semua pihak harus berusaha untuk saling menguntungkan menurut prinsip ini. Oleh karena itu, bisnis selalu ingin menghasilkan uang, dan konsumen ingin mendapatkan barang atau jasa yang memuaskan, baik dari segi harga maupun kualitas. Oleh karena itu, lebih baik jika bisnis dijalankan dengan cara yang saling menguntungkan antara bisnis dan pelanggannya. Jadi, prinsip ini mengatakan bahwa bisnis harus dapat mencapai solusi yang menguntungkan bagi semua pihak dalam bisnis yang kompetitif.¹¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, pelanggan memiliki pandangan yang beragam mengenai kesesuaian harga dengan kualitas dan pelayanan di MBS Cell. Tasya menyatakan bahwa harga paket data relatif sama dengan konter lain, tetapi harga aksesoris berbeda karena kualitasnya lebih baik, terbukti dari

¹¹⁷ Erni R. Ernawan, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2011), 37.

kabel yang digunakannya masih bertahan selama tiga bulan. Ibu Lilik merasa harga dan pelayanan di MBS Cell sebanding, terutama karena pilihan produk yang lebih banyak dibandingkan konter lain, sehingga ia lebih leluasa dalam memilih. Sementara itu, Tia menilai bahwa harga di MBS Cell lebih tinggi dibandingkan dengan konter lain dan menyarankan untuk mempertimbangkan kembali strategi harga agar lebih kompetitif. Ibu Indah berpendapat bahwa harga yang lebih tinggi sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Hal serupa juga diungkapkan oleh Nirwan, yang mewakili kalangan pengemudi ojek online. Ia mengakui bahwa harga di MBS Cell lebih mahal, tetapi jarang mengalami gangguan dalam penggunaannya.

Dari pernyataan para pelanggan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan menilai harga produk di MBS Cell cukup sebanding dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan. Keunggulan utama yang dirasakan pelanggan adalah kualitas produk yang lebih baik serta keberagaman pilihan yang memudahkan mereka dalam berbelanja. Namun, terdapat juga pandangan bahwa harga di MBS Cell lebih tinggi dibandingkan dengan konter lain, yang dapat menjadi tantangan dalam menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, MBS Cell dapat mempertimbangkan strategi harga yang lebih kompetitif tanpa mengurangi kualitas produk dan pelayanan, sehingga dapat

mempertahankan kepuasan pelanggan sekaligus menjangkau lebih banyak konsumen.

Berdasarkan teori dan data yang telah dianalisis, MBS Cell tampaknya telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dengan baik, khususnya dalam hal keadilan dan kesesuaian antara harga dan kualitas produk serta layanan yang diberikan. Banyak pelanggan merasa bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas barang yang mereka terima, terutama dalam hal aksesoris yang dikenal memiliki daya tahan lebih baik dibandingkan produk-produk di konter lain. Keberagaman pilihan produk juga menjadi nilai tambah yang semakin meningkatkan kenyamanan pelanggan saat berbelanja. Selain itu, transparansi harga dan kejujuran dalam penyampaian informasi berperan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan terhadap MBS Cell.

Terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, seperti perbedaan harga yang dianggap lebih tinggi jika dibandingkan dengan konter lain. Hal ini menjadi pertimbangan bagi calon pelanggan serta menimbulkan harapan agar harga dapat lebih kompetitif. Jika tantangan ini tidak ditangani dengan baik, potensi untuk menarik lebih banyak pelanggan bisa terhambat. Oleh karena itu, MBS Cell perlu mengevaluasi strategi penetapan harganya agar tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk dan layanan yang

telah menjadi keunggulan utama mereka.

5. Prinsip integritas moral

Prinsip ini diyakini sebagai dorongan internal bagi pelaku usaha atau perusahaan untuk menjalankan bisnisnya sambil menjaga reputasi pribadi maupun nama baik perusahaannya. Dengan kata lain, prinsip ini mendorong pelaku bisnis dan perusahaan untuk senantiasa memberikan yang terbaik, sehingga dapat menjadi entitas yang dibanggakan. Hal tersebut tercermin dalam sikap dan perilaku pelaku usaha dalam setiap interaksi, baik dengan pihak luar maupun di lingkungan internal perusahaan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, beberapa karyawan MBS Cell memberikan pandangan mengenai upaya mereka dalam mempertahankan sikap profesional pada setiap interaksi dengan pelanggan. Nufus menjelaskan bahwa sikap dan cara berinteraksi dengan pelanggan telah diajarkan sejak awal melalui program pelatihan selama tujuh hari. Pelatihan ini mencakup materi tentang pelayanan konter, cara menyapa pelanggan dengan kalimat standar seperti "Selamat datang di MBS," serta penggunaan bahasa yang tepat saat melayani pelanggan, terutama dalam transaksi pembelian kartu dan produk lainnya. Karyawan juga menerima arahan langsung dari senior dan pemilik konter untuk terus menjaga profesionalisme, seperti menghindari bercanda atau berbicara dengan rekan kerja saat sedang melayani pelanggan. Semua ini bertujuan untuk memastikan setiap pelanggan merasa

dilayani dengan baik dan mendapatkan pengalaman yang positif.

Di sisi lain, sebagian besar pelanggan merasa kurang puas dalam interaksi dengan karyawan MBS Cell. Fendriyono menyatakan bahwa ia merasa sangat dihargai karena pelayanan yang ramah dan responsif dalam menyelesaikan permasalahan. Pengalaman serupa juga diungkapkan oleh Bu Murti, yang merasa dihormati dan selalu disambut dengan baik setiap kali mengunjungi konter. Sela juga menyatakan kepuasannya terhadap pelayanan yang diberikan, bahkan memberikan penilaian maksimal kepada karyawan. Namun, tidak semua pelanggan mengalami hal yang sama. Vira mengungkapkan bahwa meskipun pelayanan secara umum baik, saat konter sedang ramai, kadang-kadang pelayanan menjadi lebih lambat, yang mengurangi tingkat kepuasan pelanggan.

Dari wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa MBS Cell telah menerapkan prosedur yang baik dalam membentuk profesionalisme karyawan, baik melalui pelatihan awal maupun arahan langsung dari pemilik dan senior. Profesionalisme ini tercermin dalam cara karyawan menyapa pelanggan, menggunakan bahasa yang sopan, serta menjaga etika dalam interaksi. Meskipun sebagian besar pelanggan merasa dihargai, tantangan muncul dalam hal konsistensi pelayanan, terutama saat konter dalam kondisi sibuk. Oleh karena itu, peningkatan efisiensi

pelayanan menjadi aspek yang perlu diperbaiki untuk memastikan setiap pelanggan tetap merasa dihargai terlepas dari situasi di konter.

Menurut teori etika bisnis Islam, profesionalisme dalam pelayanan adalah bentuk amanah yang harus dijaga oleh setiap pelaku usaha. Dalam konteks ini, kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab merupakan prinsip utama yang harus diterapkan. Berdasarkan data yang diperoleh, MBS Cell berupaya menjaga profesionalisme dengan memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai standar pelayanan, bahasa yang digunakan, serta etika dalam berinteraksi dengan pelanggan. Semua ini sejalan dengan prinsip ihsan dalam Islam, yang menekankan bahwa setiap individu harus berbuat baik dan memberikan pelayanan terbaik dalam setiap aktivitasnya.

Dari sudut pandang kepuasan pelanggan, pelayanan yang cepat dan responsif menjadi faktor penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Meskipun sebagian besar pelanggan merasa kurang puas, kendala dalam kecepatan pelayanan saat konter ramai menunjukkan perlunya perbaikan dalam manajemen waktu dan strategi pelayanan. Jika tidak ditangani, hal ini bisa berdampak negatif pada persepsi pelanggan terhadap profesionalisme karyawan. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan efisiensi pelayanan, seperti penambahan karyawan

di jam sibuk atau penerapan sistem antrean yang lebih efektif, dapat menjadi solusi untuk menjaga kualitas layanan yang optimal.

2. Bagaimana penetapan harga oleh MBS Cell Jember yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis

a. Penetapan Harga Ditinjau dari Metode Kotler dan Armstrong

Penetapan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran yang turut menentukan keberhasilan suatu usaha. Menurut Kotler dan Armstrong, terdapat tiga pendekatan utama dalam menetapkan harga, yaitu penetapan harga berdasarkan nilai (*value-based pricing*), berdasarkan biaya (*cost-based pricing*), dan berdasarkan pesaing (*competition-based pricing*). Ketiga pendekatan ini dapat ditemukan secara bersamaan dalam praktik penetapan harga di MBS Cell Jember.

1. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value-Based Pricing*)

Pendekatan ini menekankan pada persepsi konsumen terhadap nilai dari produk, bukan semata-mata biaya produksi. Dalam praktiknya, MBS Cell Jember menunjukkan penggunaan pendekatan ini melalui upaya menjaga kualitas produk dan pelayanan. Sebelum menentukan harga dan memberi label pada suatu barang, tim dari MBS Cell terlebih dahulu melakukan pengujian terhadap kualitas produk. Selain itu, mereka juga melakukan perbandingan antara satu merek dengan merek lainnya agar harga yang ditawarkan sesuai dengan mutu barang. Di sisi lain, pelayanan yang diberikan kepada konsumen pun sangat diperhatikan, seperti sikap ramah dan membantu, yang menambah nilai dari produk itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga di MBS Cell tidak hanya mempertimbangkan biaya, tetapi juga nilai yang dirasakan oleh konsumen.

2. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-Based Pricing*)

Dalam pendekatan ini, harga ditentukan dengan memperhitungkan seluruh biaya produksi dan operasional, ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, diketahui bahwa jam operasional MBS Cell yang panjang serta tingginya frekuensi kunjungan pelanggan menyebabkan kebutuhan akan tenaga kerja yang lebih dari satu orang. Untuk menjaga kelancaran proses jual beli dan menghindari antrean yang panjang, pemilik menambah jumlah karyawan, yang secara otomatis menambah biaya operasional. Biaya tambahan ini menjadi salah satu pertimbangan dalam penetapan harga jual produk. Dengan demikian, meskipun secara eksplisit tidak menggunakan rumus-rumus akuntansi biaya, praktik ini sejalan dengan konsep penetapan harga berdasarkan biaya.

3. Penetapan Harga Berdasarkan Pesaing (*Competition-Based Pricing*)

Pendekatan ini dilakukan dengan melihat harga yang ditawarkan oleh pesaing, serta strategi yang mereka gunakan. Meskipun MBS Cell dikenal sebagai toko dengan harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan pesaing, hal ini merupakan bagian dari strategi harga yang telah dipertimbangkan. Untuk menarik minat konsumen, MBS Cell menetapkan harga yang lebih murah pada barang-barang yang tergolong fast-moving atau sering dibeli setiap hari, seperti kartu perdana, voucher isi ulang, dan aksesoris HP tertentu. Strategi ini secara tidak langsung membentuk persepsi positif konsumen dan mengundang pelanggan untuk kembali berbelanja. Pendekatan ini menegaskan bahwa MBS Cell menggunakan strategi kompetitif yang disesuaikan dengan karakteristik pasar lokal.

Bisnis adalah usaha yang menguntungkan yang dilakukan oleh perusahaan atau individu, seperti menjual barang atau jasa kepada pembeli dan memberikan keuntungan kepada bisnis atau jasa yang

diberikan. Meskipun tujuan bisnis Islam adalah untuk menghasilkan keuntungan, ada prinsip-prinsip yang mengatur bisnis Islam melalui etika. Arti etika dalam bisnis Islam memiliki makna yang kompleks dan mencakup bukan hanya pengetahuan dan pemahaman tentang standar ekonomi dan organisasi bisnis, tetapi juga erat kaitannya dengan nilai-nilai agama yang mengatur aspek sosial dan ekonomi. Ini adalah analisis prinsip etika bisnis MBS Cell:

a. Prinsip Otonomi

Otonomi merupakan kapasitas individu untuk membuat pilihan dan bertindak sesuai dengan kesesuaian terhadap apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan, sambil memikul tanggung jawab moral atas keputusan yang diambil.¹¹⁸ Pebisnis yang otonom adalah orang yang sadar sepenuhnya akan tanggung jawabnya dalam dunia bisnis. Mereka tahu tentang bidang kegiatannya, situasi yang mereka hadapi, dan mereka sadar dan memahami risiko dan konsekuensi keputusan yang mereka ambil. Ini karena semuanya telah dipikirkan dan dipikirkan secara menyeluruh.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik dan pelanggan MBS Cell mengenai penentuan harga, penulis mendapatkan beberapa pendapat dari narasumber yang meliputi:

Menurut pemilik MBS Cell, penentuan harga di konter ini

¹¹⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 37.

berbeda-beda tergantung pada jenis produk yang dijual. Untuk pulsa, paket data, dan kartu perdana, harga menyesuaikan dengan kebijakan dari provider, mengingat produk tersebut bukan hasil produksi sendiri. Sementara itu, untuk aksesoris HP, harga ditetapkan berdasarkan biaya operasional, termasuk gaji karyawan. Hal ini dikarenakan jam operasional MBS Cell yang cukup panjang sehingga memerlukan tenaga kerja yang bisa memberikan pelayanan maksimal. Oleh karena itu, harga produk disesuaikan agar kesejahteraan karyawan tetap terjaga dan pelayanan tetap optimal.

Berdasarkan wawancara dengan pelanggan, sebagian besar konsumen merasa harga yang diberikan oleh MBS Cell sudah sesuai dengan informasi yang diberikan sebelumnya. Fendriyono menyatakan bahwa tidak pernah ada perbedaan harga antara yang tertera dengan yang diberikan saat pembayaran, meskipun ia sempat terkejut dengan sistem pembulatan harga, seperti pada voucher Rp17.900 yang saat dibayar Rp20.000 hanya mendapat kembalian Rp2.000. Hal yang sama juga disampaikan oleh Sela dan Bu Murti yang mengonfirmasi bahwa harga selalu sesuai dengan yang diinformasikan oleh karyawan. Bu Sri juga menambahkan bahwa selama bertransaksi di MBS Cell, ia tidak pernah mengalami perbedaan harga.

Namun, meskipun mayoritas pelanggan merasa harga yang

diberikan sesuai dengan informasi yang tertera, terdapat aspek yang perlu diperhatikan dalam prinsip transparansi harga. Dalam etika bisnis Islam, kejujuran dan keadilan merupakan prinsip yang fundamental. Pembulatan harga tanpa adanya konfirmasi terlebih dahulu kepada pelanggan dapat berpotensi menimbulkan ketidakjelasan dalam transaksi. Sebagai contoh, dalam Islam, akad jual beli harus dilakukan secara terang dan jelas agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Oleh karena itu, akan lebih baik jika MBS Cell memberikan informasi lebih terbuka mengenai sistem pembulatan harga agar tidak menimbulkan kebingungan bagi pelanggan.

Menurut teori etika bisnis Islam, prinsip kejujuran dalam transaksi merupakan salah satu unsur utama dalam menjaga kepercayaan pelanggan. Menurut Yusuf Qardhawi (1997), dalam transaksi jual beli, seorang penjual wajib memberikan informasi yang jelas mengenai harga dan kondisi barang agar tidak terjadi unsur gharar (ketidakpastian). Dalam konteks MBS Cell, kejelasan harga sudah diterapkan dengan baik, namun perlu adanya perbaikan dalam sistem pembulatan harga agar lebih transparan.

Dengan demikian, berdasarkan analisis dari hasil wawancara dan teori etika bisnis Islam, dapat disimpulkan bahwa MBS Cell telah menerapkan prinsip kejujuran dalam penentuan harga. Mayoritas pelanggan merasa bahwa harga yang ditetapkan sesuai

dengan informasi yang diberikan. Namun, adanya praktik pembulatan harga tanpa konfirmasi dapat menjadi perhatian untuk meningkatkan transparansi dalam transaksi. Oleh karena itu, MBS Cell sebaiknya memberikan informasi lebih terbuka terkait sistem pembulatan harga agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dan tetap menjaga prinsip etika bisnis Islam dalam praktik penjualannya.

b. Prinsip Kejujuran

Menerapkan prinsip kejujuran dalam bisnis dapat dilakukan dengan cara seperti menampilkan gambar barang yang sesuai dengan barang yang dijual, menyediakan deskripsi barang yang akurat sesuai dengan kondisi sebenarnya, dan mengirimkan barang sesuai dengan pesanan. Prinsip ini memiliki dampak positif bagi penjual, karena perilaku jujur akan meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap penjual. Dengan kepercayaan yang tinggi, pembeli akan cenderung melakukan pembelian ulang dari penjual, yang akan meningkatkan penjualan dan memberikan keuntungan yang besar.¹¹⁹

Prinsipnya, kejujuran adalah kunci keberhasilan suatu bisnis; ini termasuk kejujuran saat melakukan kontrol kepada pelanggan, dalam hubungan kerja, dan sebagainya.¹²⁰ Ini mendorong upaya untuk menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha karena

¹¹⁹ Adriandi Kasim, "Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Bisnis Online," *The Renewal of Islamic Economic Law* 2, no. 1 (2021): 1–11.

¹²⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 37.

kejujuran dapat membangun kepercayaan dan integritas antara pelaku bisnis. Selain itu, kejujuran menuntut adanya kebenaran dan keterbukaan.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan pelanggan MBS Cell mengenai harga yang ditetapkan di konter ini, penulis mendapatkan beberapa pendapat dari narasumber yang meliputi:

Menurut B. Sri, harga pulsa dan paket data di MBS Cell relatif sama dengan konter lain. Namun, ia tetap memilih bertransaksi di MBS Cell karena merasa lebih nyaman dengan kecepatan pengisian serta pelayanan yang diberikan. Hal serupa juga disampaikan oleh Rizal, yang menilai bahwa harga di MBS Cell masih terjangkau dan ia menyukai keramahan serta respons cepat dari staf dalam menangani transaksi. Sementara itu, Agung memiliki pandangan yang sedikit berbeda. Ia menyadari bahwa harga aksesoris HP di MBS Cell terkadang lebih tinggi dibandingkan dengan konter lain. Namun, ia tetap merasa puas karena mendapatkan produk dengan merek yang diinginkan dan sesuai dengan kualitas yang diharapkan. Imam juga mengungkapkan hal serupa, ia menilai bahwa harga di MBS Cell masih kompetitif, dan pelayanan yang diberikan sangat membantu, terutama dalam menangani kendala transaksi. Jika terdapat masalah dalam pengisian pulsa atau paket data, staf konter selalu

memberikan solusi, termasuk dengan menyediakan kontak yang bisa dihubungi pelanggan tanpa harus kembali ke toko.

Pendapat lain datang dari Fendriyono, yang menilai bahwa MBS Cell menawarkan harga yang masih dalam kategori terjangkau dengan pelayanan yang lebih baik dibandingkan konter lain. Menurutnya, kombinasi antara harga yang bersaing dan layanan yang unggul menjadi alasan utama ia tetap berbelanja di MBS Cell.

Berdasarkan wawancara tersebut, mayoritas pelanggan menilai bahwa harga yang ditawarkan MBS Cell masih kompetitif dengan konter lainnya. Namun, yang menjadi daya tarik utama bukan hanya harga, melainkan juga pelayanan yang lebih responsif dan sistem pengisian yang lebih cepat. Selain itu, pelanggan merasa terbantu dengan komunikasi yang baik dari staf dalam menyelesaikan kendala transaksi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa MBS Cell telah menetapkan harga yang sesuai dengan layanan yang diberikan dan mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan melalui pelayanan yang optimal.

Menurut teori etika bisnis Islam, kejujuran dalam transaksi tercermin dari transparansi harga dan kualitas pelayanan yang diberikan MBS Cell kepada pelanggan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelanggan memilih MBS Cell tidak hanya karena harga yang kompetitif, tetapi juga karena kecepatan

pelayanan, keramahan staf, serta solusi yang diberikan ketika terjadi kendala transaksi. Selain itu, meskipun beberapa produk memiliki harga lebih tinggi, pelanggan tetap merasa puas karena mendapatkan kualitas yang sesuai dengan harapan. Penerapan prinsip kejujuran ini membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap MBS Cell.

c. Prinsip Keadilam

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan usaha, agama Islam memiliki ajaran yang mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Keadilan dalam Islam bukanlah prinsip nomor dua, melainkan akar prinsip dari ranah proses ekonomi. Keadilan diterapkan pada semua ajaran Islam dan peraturannya baik akidah, syariat dan etika.²³ Menegakkan keadilan itu tidak hanya dituntut dalam hal yang berkaitan dengan perbuatan dan ucapan atau keduanya sekaligus, tetapi juga diperintahkan dalam kegiatan ekonomi. Dalam hal ini, agama Islam memberikan landasan yang penting di Al-Qur'an, maka Allah berfirman dalam surah An-nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya

kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan beberapa pelanggan MBS Cell mengenai harga yang ditetapkan di konter ini, penulis mendapatkan sejumlah pandangan yang beragam.

Menurut Vira, harga yang diterapkan di MBS Cell sudah adil. Meskipun awalnya ia sempat bingung dengan perbedaan harga yang tertera di label dan nota, setelah dijelaskan oleh karyawan bahwa harga tersebut sudah termasuk pajak dan biaya layanan, ia merasa puas. Ia juga merasa mendapat keuntungan dengan adanya bonus tambahan saat membeli kartu perdana. Tasya juga memiliki pandangan serupa. Menurutnya, harga di MBS Cell sudah sesuai dengan yang diinformasikan. Ia merasa tidak ada masalah meskipun ada perbedaan jumlah kuota pada kartu perdana, yang menurutnya memang tergantung dari kebijakan provider, bukan dari kesalahan konter.

Diah menyatakan bahwa harga di MBS Cell cukup adil. Ia pernah merasa ragu dengan harga kartu perdana yang sedikit berbeda dengan tempat lain, namun setelah dijelaskan bahwa ada perbedaan paket dan bonus kuota tergantung wilayah, ia menjadi lebih paham dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Bapak Eprin Lazuardi menilai bahwa harga di MBS Cell masih

terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan. Ia menyukai kecepatan pengisian dan transparansi harga, yang membuatnya merasa nyaman berbelanja di sana tanpa khawatir akan perubahan harga yang tidak diinformasikan.

Bu Lilik juga merasa harga di MBS Cell sudah adil. Ia menilai harga di konter ini tidak terlalu mahal dibandingkan dengan tempat lain, dan ia merasa diuntungkan karena selalu diberitahu mengenai promo atau paket yang lebih menguntungkan sebelum membeli.

Berdasarkan wawancara tersebut, mayoritas pelanggan menilai harga yang ditawarkan oleh MBS Cell masih dalam kategori yang wajar dan kompetitif dibandingkan dengan konter lainnya. Namun, yang menjadi daya tarik utama bagi pelanggan bukan hanya harga, tetapi juga pelayanan yang cepat, responsif, dan transparan. Pelanggan merasa terbantu dengan penjelasan yang jelas mengenai harga dan produk, serta adanya solusi yang diberikan jika terdapat masalah terkait pembelian atau pengisian pulsa dan paket data.

Menurut teori etika bisnis Islam, prinsip kejujuran dan transparansi dalam transaksi sangat ditekankan. Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa MBS Cell telah menerapkan prinsip tersebut dengan memberikan informasi yang jelas mengenai harga dan layanan, serta siap memberikan solusi apabila ada kendala

dalam transaksi. Kejujuran dan transparansi yang diterapkan ini membangun kepercayaan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka terhadap MBS Cell.

d. Prinsip Saling menguntungkan

Semua pihak harus berusaha untuk saling menguntungkan menurut prinsip ini. Oleh karena itu, bisnis selalu ingin menghasilkan uang, dan konsumen ingin mendapatkan barang atau jasa yang memuaskan, baik dari segi harga maupun kualitas. Oleh karena itu, lebih baik jika bisnis dijalankan dengan cara yang saling menguntungkan antara bisnis dan pelanggannya. Jadi, prinsip ini mengatakan bahwa bisnis harus dapat mencapai solusi yang menguntungkan bagi semua pihak dalam bisnis yang kompetitif.¹²¹

e. Prinsip integritas moral

Prinsip ini diyakini sebagai dorongan internal bagi pelaku usaha atau perusahaan untuk menjalankan bisnisnya sambil menjaga reputasi pribadi maupun nama baik perusahaannya. Dengan kata lain, prinsip ini mendorong pelaku bisnis dan perusahaan untuk senantiasa memberikan yang terbaik, sehingga dapat menjadi entitas yang dibanggakan. Hal tersebut tercermin dalam sikap dan perilaku pelaku usaha dalam setiap interaksi, baik dengan pihak luar maupun di lingkungan internal perusahaan.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan

¹²¹ Erni R. Ernawan, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2011), 37.

pelanggan MBS Cell mengenai transparansi perubahan harga, penulis mendapatkan beberapa pendapat dari narasumber sebagai berikut:

Menurut Vira, sebelum ia membeli pulsa, karyawan selalu menginformasikan terlebih dahulu jika ada kenaikan harga dari provider. Hal ini membuatnya merasa lebih nyaman karena mengetahui harga sebelum melakukan transaksi. Nirwan menyampaikan bahwa harga yang tertera di papan promo terkadang berbeda dengan harga stok yang tersedia. Ia menyadari hal ini dan memahami bahwa perbedaan tersebut bisa terjadi karena stok barang yang ada tidak selalu sesuai dengan promo yang ditawarkan.

Sementara itu, Bapak Lilik, sebagai pelanggan yang sudah lama berlangganan di MBS Cell, menilai bahwa karyawan di konter ini selalu memberikan informasi terkait perubahan harga, terutama untuk paket data yang memang sering mengalami kenaikan. Ia merasa dihargai sebagai pelanggan karena selalu diberikan informasi yang jelas sebelum membeli.

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa karyawan MBS Cell secara umum selalu menginformasikan pelanggan jika terjadi perubahan harga, terutama untuk pulsa, paket data, dan kartu perdana. Sebagian pelanggan memahami bahwa harga yang tercantum dalam promo bisa berbeda dengan

harga stok yang tersedia, sehingga diharapkan produk yang dipromosikan selalu tersedia agar tidak menimbulkan kebingungan. Selain itu, pelanggan tetap merasa nyaman karena adanya transparansi dalam perubahan harga, khususnya untuk paket data yang sering mengalami kenaikan.

Dari perspektif etika bisnis Islam, transparansi dalam transaksi merupakan salah satu prinsip utama yang harus diterapkan dalam kegiatan jual beli. MBS Cell telah menunjukkan komitmen terhadap prinsip ini dengan selalu menginformasikan perubahan harga kepada pelanggan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan tetapi juga mencerminkan nilai kejujuran dalam bisnis. Dengan keterbukaan dalam komunikasi dan pelayanan yang baik, MBS Cell berhasil mempertahankan loyalitas pelanggan serta menciptakan pengalaman bertransaksi yang lebih nyaman dan terpercaya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

D. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, dengan merujuk pada fokus penelitian. Peneliti akan membahas hasil temuan di lapangan mengenai “Analisis Pelayanan Penjualan Dan Penetapan Harga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Pada MBS CELL Jember” sebagai berikut

1. Bagaimana analisis pelayanan penjualan yang dijalankan oleh MBS Cell Jember dari perspektif etika bisnis

Pelayanan penjualan merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan, loyalitas, dan bahkan meningkatkan citra usaha di mata konsumen. Menurut Kotler dan Keller, pelayanan adalah setiap kegiatan yang dilakukan untuk memberikan kenyamanan, kemudahan, serta nilai tambah kepada konsumen sebelum, selama, dan sesudah melakukan pembelian.¹²²

Dalam konteks penjualan, pelayanan tidak hanya terbatas pada proses transaksi saja, melainkan juga mencakup bagaimana penjual berinteraksi dengan konsumen, memberikan informasi produk, menanggapi keluhan, serta menciptakan suasana ramah dan menyenangkan. Pelayanan yang cepat, ramah, sopan, dan profesional dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan satu toko dengan toko lainnya, terutama dalam sektor usaha ritel seperti konter pulsa dan aksesoris HP.

¹²² Kotler, P., & Keller, KL (2016). Manajemen Pemasaran (edisi ke-15). Pearson Education.

Selain itu, pelayanan yang baik juga menciptakan hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli. Seperti dijelaskan oleh Lestari dalam *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, pelayanan yang prima bisa meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga mereka cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain.¹²³

Sesuai dengan temuan peneliti, MBS Cell menunjukkan pelayanan yang sigap dan bertanggung jawab, tidak hanya saat transaksi berlangsung, tetapi juga setelahnya. Konsumen merasa terbantu karena jika terjadi kendala, pihak konter langsung memberikan solusi, termasuk menyediakan nomor pengaduan untuk ditindaklanjuti. Hal ini mencerminkan bahwa MBS Cell mengutamakan kenyamanan dan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang baik tidak hanya berperan dalam menjaga hubungan dengan konsumen, tetapi juga menjadi bagian dari penerapan etika bisnis yang seharusnya dijalankan oleh setiap pelaku usaha. Prinsip-prinsip etika bisnis yang relevan untuk kegiatan bisnis yang baik benar-benar melekat pada kita sebagai manusia. Namun, prinsip-prinsip etika yang berlaku dalam bisnis pada hakikatnya adalah penerapan prinsip etika pada umumnya. Keraf (1998) menyebutkan secara umum terdapat lima prinsip etika bisnis, yaitu

a. Prinsip otonom

¹²³ Lestari, A. D. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Usaha Ritel. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 55–63.

Menurut Chapra, kebebasan individu (otonomi) dalam Islam dibolehkan selama tidak bertentangan dengan prinsip keadilan dan tidak merugikan pihak lain. Dalam sistem ekonomi Islam, kebebasan ekonomi diarahkan untuk kebaikan bersama (masalah) dan tunduk pada nilai-nilai syariah. Otonomi individu bukan berarti bebas mutlak, tetapi bertanggung jawab secara moral dan spiritual.¹²⁴

Otonomi berarti sikap dan kemampuan seseorang untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan. Pelaku bisnis yang otonom berarti orang yang tahu dan sadar sepenuhnya bahwa keputusan dan tindakan yang mereka ambil akan sesuai atau bertentangan dengan nilai atau norma moral tertentu. Mereka hanya dapat bertindak dengan cara yang etis jika mereka diberi kebebasan penuh untuk mengambil keputusan dan bertindak sesuai dengan nilai atau norma moral tertentu.¹²⁵

Seperti yang ditunjukkan oleh pemilik usaha, karyawan MBS Cell sangat memperhatikan layanan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh tingkat kesiapan konter untuk mengatasi masalah yang terkait dengan transaksi, seperti ketidakmampuan untuk mengisi voucher atau melakukan registrasi kartu yang salah. Nomor kontak pengaduan ditempel di pintu masuk, dicantumkan di toko, dan diposting di

¹²⁴ Chapra, M. U. (1992). *Islam and the Economic Challenge*. Leicester, UK: Islamic Foundation.

¹²⁵ Kusuma, Y. B., & Fatmawati, R. (2019). *Analisis penerapan etika bisnis pada UKM pengolah hasil laut di Kelurahan Sukolilo Baru Kecamatan Bulak Kota Surabaya*. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(2), 4.

Instagram oleh MBS Cell untuk memudahkan komunikasi. Strategi ini menunjukkan bahwa mereka benar-benar terbuka dan jujur dalam menyelesaikan masalah pelanggan, memberikan keamanan dan kepercayaan kepada pembeli yang berbelanja di konter tersebut. MBS Cell juga memastikan bahwa jumlah karyawan yang cukup ada di setiap shift, terutama di tengah jam kerja. Dalam etika bisnis Islam, tindakan ini menunjukkan penerapan prinsip otonomi; usaha pelaku dapat menyadari kewajiban moral mereka terhadap konsumen mereka tanpa menunggu teguran atau tekanan dari pihak luar. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa semua pelanggan mendapatkan pelayanan terbaik dan tidak menunggu terlalu lama. Upaya ini menunjukkan komitmen MBS Cell untuk memelihara kualitas layanan dalam jangka panjang untuk mempertahankan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

b. Prinsip Kejujuran

Kejujuran adalah nilai penting dalam penyampaian informasi. Informasi harus disampaikan dengan jujur, tanpa adanya manipulasi atau penyembunyian fakta.¹²⁶ Rasulullah SAW selalu menekankan pentingnya kejujuran. Dalam Hadis Riwayat Bukhari, Rasulullah SAW bersabda: “Sesungguhnya kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan membawa kepada surga.”

Menerapkan prinsip kejujuran dalam bisnis dapat dilakukan

¹²⁶ Dr. H. Fauzan dan Prof. Dr. H. Moch. Chotib, *Sistem Informasi Manajemen Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Diva Press, 2024), hlm. 21.

dengan cara seperti menampilkan gambar barang yang sesuai dengan barang yang dijual, menyediakan deskripsi barang yang akurat sesuai dengan kondisi sebenarnya, dan mengirimkan barang sesuai dengan pesanan. Prinsip ini memiliki dampak positif bagi penjual, karena perilaku jujur akan meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap penjual. Dengan kepercayaan yang tinggi, pembeli akan cenderung melakukan pembelian ulang dari penjual, yang akan meningkatkan penjualan dan memberikan keuntungan yang besar.¹²⁷

Prinsipnya, kejujuran adalah kunci keberhasilan suatu bisnis; ini termasuk kejujuran saat melakukan kontrol kepada pelanggan, dalam hubungan kerja, dan sebagainya.¹²⁸ Ini mendorong upaya untuk menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha karena kejujuran dapat membangun kepercayaan dan integritas antara pelaku bisnis. Selain itu, kejujuran menuntut adanya kebenaran dan keterbukaan.

Pentingnya prinsip kejujuran dalam etika bisnis Islam terlihat dari layanan yang ditawarkan oleh MBS Cell. Hal ini ditunjukkan oleh bagaimana karyawan berbagi informasi dengan konsumen, terutama perubahan harga produk dan biaya tambahan. Untuk menghindari kesalahan, karyawan juga cenderung mendengarkan kebutuhan pelanggan sebelum memberikan rekomendasi dan melakukan konfirmasi ulang selama proses transaksi. Untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan benar-benar sesuai dengan kondisi barang

¹²⁷ Adriandi Kasim, "Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Bisnis Online," *The Renewal of Islamic Economic Law* 2, no. 1 (2021): 1–11.

¹²⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 37.

yang ditawarkan, langkah nyata adalah melakukan pengecekan produk sebelum dipajang dan mencantumkan spesifikasi secara menyeluruh. Strategi ini menunjukkan komitmen MBS Cell untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan dengan memberikan informasi yang jujur dan transparan.

Penemuan dari peneliti ditemukan beberapa kendala yang harus ditangani. Jika ada ketidaksesuaian antara informasi harga promosi dan ketersediaan produk, serta pergantian karyawan yang membuat pelanggan harus mengulangi penjelasan, ini dapat mengganggu kenyamanan pelanggan. Situasi ini menunjukkan bahwa, meskipun prinsip kejujuran telah diterapkan, konsistensi dan sistem koordinasi internal perlu diperbaiki untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan tetap akurat dan dapat diandalkan. Dalam etika bisnis Islam, kejujuran tidak hanya berkaitan dengan ucapan, tetapi juga meliputi tanggung jawab dalam menjaga kesesuaian antara informasi yang disampaikan dan kondisi nyata yang dihadapi pelanggan.

c. Prinsip Keadilan

Menurut Imam Al-Ghazali, keadilan (*al-'adl*) merupakan salah satu nilai utama dalam syariat Islam. Dalam pemikirannya, keadilan bukan hanya soal distribusi hak dan kewajiban, tapi juga menjaga keseimbangan antara hak individu dan hak masyarakat, serta harmoni antara kebutuhan dunia dan akhirat.¹²⁹

¹²⁹ Al-Ghazali, Imam, *Ihya' Ulumuddin*, Jilid I, Terj. Muhammad Zuhri, Semarang: Asy-Syifa, 1990.

Islam menekankan pentingnya keadilan dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam menyampaikan informasi. Dalam Surah An-Nisa ayat 58, Allah berfirman: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu menetapkannya dengan adil.”

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan usaha, agama Islam memiliki ajaran yang mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Keadilan dalam Islam bukanlah prinsip nomor dua, melainkan akar prinsip dari ranah proses ekonomi. Keadilan diterapkan pada semua ajaran Islam dan peraturannya baik akidah, syariat dan etika.²³

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, pelayanan di MBS Cell pada umumnya telah mencerminkan prinsip keadilan dalam etika bisnis Islam. Tidak ada perbedaan antara pembelian dalam jumlah besar dan kecil; pelanggan dilayani sesuai dengan urutan kedatangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan berusaha untuk memberikan layanan yang adil dan tidak diskriminatif kepada semua orang yang masuk. Dinilai bahwa strategi pelayanan seperti ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan rasa dihargai secara setara. Hasil temuan juga menunjukkan adanya beberapa ketidakkonsistenan dalam praktik pelayanan yang dapat menimbulkan persepsi ketidakadilan.

Misalnya, terdapat kasus di mana pembeli aksesoris didahulukan atau adanya pelanggan yang diprioritaskan saat kondisi konter sedang ramai, tanpa alasan yang jelas. Selain itu, adanya kebijakan internal seperti meminta pelanggan mencatat sendiri nomor yang akan diisi pulsa juga dinilai kurang nyaman oleh sebagian konsumen. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi pihak manajemen untuk melakukan evaluasi dan perbaikan sistem antrean serta standar operasional pelayanan. Dengan begitu, keadilan dalam pelayanan dapat terjaga secara merata dan konsisten sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, sehingga kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap MBS Cell tetap terpelihara.

d. Prinsip Saling Menguntungkan

Dalam teori organisasi modern, Chester Barnard mengemukakan bahwa kerjasama dalam organisasi hanya dapat bertahan jika semua pihak mendapatkan manfaat. Ini paralel dengan prinsip *saling menguntungkan* dalam Islam.¹³⁰

Jika prinsip keadilan menuntut bahwa hak dan kepentingan setiap pihak tidak dirugikan, maka prinsip saling menguntungkan secara positif menuntut bahwa semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain. Prinsip ini terutama mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis, yaitu untuk memperoleh keuntungan. Prinsip saling menguntungkan menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian

¹³⁰ Barnard, Chester. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Harvard University Press.

rupa sehingga menguntungkan semua pihak yang terlibat di dalamnya.¹³¹

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kualitas barang dan layanan yang ditawarkan MBS Cell masih sesuai dengan harga produk untuk sebagian besar pelanggan. MBS Cell menggunakan strategi untuk mempertahankan kualitas barang, terutama aksesoris, dan menawarkan pilihan produk yang lebih beragam untuk menarik pelanggan. Pelanggan merasa nyaman dan percaya dengan produk yang ditawarkan karena keunggulan ini. Selain itu, keterbukaan informasi harga dan transparansi pelayanan meningkatkan hubungan antara penjual dan pembeli, meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap MBS Cell.

Terdapat beberapa pendapat pelanggan yang menyebutkan bahwa harga di MBS Cell lebih tinggi dibandingkan konter lain. Hal ini menjadi masukan penting bagi MBS Cell agar dapat mengevaluasi strategi harga yang diterapkan saat ini. Dalam praktik etika bisnis Islam, prinsip kejujuran dan keseimbangan antara harga dan manfaat harus menjadi perhatian utama. Oleh karena itu, MBS Cell perlu mempertimbangkan penyesuaian harga secara bijak, tanpa mengorbankan kualitas produk maupun pelayanan yang sudah menjadi ciri khasnya. Dengan langkah ini, MBS Cell dapat menjaga kepercayaan pelanggan yang sudah ada serta menarik minat konsumen

¹³¹ Kusuma, Y. B., & Fatmawati, R. (2019). *Analisis penerapan etika bisnis pada UKM pengolah hasil laut di Kelurahan Sukolilo Baru Kecamatan Bulak Kota Surabaya*. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(2), 5.

baru.

e. Prinsip Integritas Moral

Al-Ghazali memandang integritas moral (*al-akhlaq al-karimah*) sebagai cerminan dari iman yang benar. Ia menekankan pentingnya *niat yang ikhlas*, kejujuran, dan *istiqamah* dalam berperilaku, terutama dalam muamalah atau aktivitas sosial dan ekonomi.¹³²

Prinsip ini diyakini sebagai dorongan internal bagi pelaku usaha atau perusahaan untuk menjalankan bisnisnya sambil menjaga reputasi pribadi maupun nama baik perusahaannya. Dengan kata lain, prinsip ini mendorong pelaku bisnis dan perusahaan untuk senantiasa memberikan yang terbaik, sehingga dapat menjadi entitas yang dibanggakan. Hal tersebut tercermin dalam sikap dan perilaku pelaku usaha dalam setiap interaksi, baik dengan pihak luar maupun di lingkungan internal perusahaan.

Berdasarkan temuan di lapangan, strategi pelayanan yang diterapkan di konter dilakukan melalui pelatihan awal selama tujuh hari kepada setiap karyawan, yang mencakup materi mengenai standar penyambutan pelanggan, penggunaan bahasa yang tepat, serta etika dalam berinteraksi selama proses transaksi. Arahan langsung dari pemilik dan senior turut diberikan agar karyawan senantiasa menjaga sikap profesional, seperti menghindari bercanda atau berbicara dengan rekan kerja saat melayani pelanggan. Meskipun sebagian besar

¹³² Muhammad bin Muhammad Abu Hamid Al-Ghazali, *Mukhtashar Ihya Ulumuddin* (Beirut: Dar al-Fikr, 1993)

pelanggan merasa puas karena mendapatkan pelayanan yang sopan dan ramah, pelayanan menjadi kurang maksimal saat konter dalam kondisi ramai, sehingga menunjukkan perlunya peningkatan dalam hal efisiensi waktu pelayanan. Upaya seperti penambahan tenaga kerja pada jam sibuk atau penerapan sistem antrean yang lebih efektif dapat menjadi solusi agar kualitas pelayanan tetap terjaga dan kepercayaan pelanggan terhadap konter dapat terus meningkat.

2. Bagaimana penetapan harga oleh MBS Cell Jember yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis

a. Prinsip Otonom

Menurut Chapra, kebebasan individu (otonomi) dalam Islam dibolehkan selama tidak bertentangan dengan prinsip keadilan dan tidak merugikan pihak lain. Dalam sistem ekonomi Islam, kebebasan ekonomi diarahkan untuk kebaikan bersama (maslahah) dan tunduk pada nilai-nilai syariah. Otonomi individu bukan berarti bebas mutlak, tetapi bertanggung jawab secara moral dan spiritual.¹³³

Otonomi berarti sikap dan kemampuan seseorang untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan. Pelaku bisnis yang otonom berarti orang yang tahu dan sadar sepenuhnya bahwa keputusan dan tindakan yang mereka ambil akan sesuai atau bertentangan dengan nilai atau norma moral tertentu. Mereka hanya dapat bertindak dengan cara yang etis jika mereka diberi kebebasan

¹³³ Chapra, M. U. (1992). *Islam and the Economic Challenge*. Leicester, UK: Islamic Foundation.

penuh untuk mengambil keputusan dan bertindak sesuai dengan nilai atau norma moral tertentu.¹³⁴

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, strategi penetapan harga dilakukan dengan menyesuaikan jenis produk yang dijual. Untuk produk seperti pulsa, paket data, dan kartu perdana, harga ditentukan berdasarkan kebijakan dari pihak provider karena bukan merupakan hasil produksi sendiri. Sedangkan untuk produk aksesoris HP, penetapan harga mempertimbangkan biaya operasional yang meliputi gaji karyawan dan kebutuhan lain selama operasional berlangsung. Hal ini dikarenakan jam buka yang cukup panjang, sehingga diperlukan karyawan dengan pelayanan optimal yang diimbangi dengan kesejahteraan yang layak. Strategi ini menunjukkan bahwa penetapan harga bukan hanya mempertimbangkan nilai jual produk, tetapi juga aspek tanggung jawab terhadap kesejahteraan karyawan yang selaras dengan prinsip etika bisnis Islam mengenai keadilan dan tanggung jawab.

Dalam praktik transaksi, mayoritas pelanggan menyatakan bahwa harga yang mereka bayarkan sudah sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh pihak konter. Hal ini menunjukkan adanya upaya dalam menjaga kejujuran dalam jual beli yang merupakan prinsip utama dalam etika bisnis Islam. Meski demikian, terdapat sistem pembulatan harga dalam nominal tertentu seperti pembelian voucher,

¹³⁴ Kusuma, Y. B., & Fatmawati, R. (2019). *Analisis penerapan etika bisnis pada UKM pengolah hasil laut di Kelurahan Sukolilo Baru Kecamatan Bulak Kota Surabaya*. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(2), 4.

yang terkadang belum diinformasikan secara langsung kepada pelanggan. Hal ini menjadi catatan penting dalam aspek transparansi agar tidak menimbulkan kebingungan. Oleh karena itu, diperlukan sistem penyampaian informasi yang lebih jelas mengenai mekanisme pembulatan harga agar proses transaksi dapat berjalan secara terbuka dan selaras dengan prinsip akad yang terang dalam Islam.

b. Prinsip Kejujuran

Kejujuran adalah nilai penting dalam penyampaian informasi. Informasi harus disampaikan dengan jujur, tanpa adanya manipulasi atau menyembunyikan fakta.¹³⁵ Rasulullah SAW selalu menekankan pentingnya kejujuran. Dalam Hadis Riwayat Bukhari, Rasulullah SAW bersabda: “Sesungguhnya kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan membawa kepada surga.”

Menerapkan prinsip kejujuran dalam bisnis dapat dilakukan dengan cara seperti menampilkan gambar barang yang sesuai dengan barang yang dijual, menyediakan deskripsi barang yang akurat sesuai dengan kondisi sebenarnya, dan mengirimkan barang sesuai dengan pesanan. Prinsip ini memiliki dampak positif bagi penjual, karena perilaku jujur akan meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap penjual. Dengan kepercayaan yang tinggi, pembeli akan cenderung melakukan pembelian ulang dari penjual, yang akan meningkatkan

¹³⁵ Dr. H. Fauzan dan Prof. Dr. H. Moch. Chotib, *Sistem Informasi Manajemen Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Diva Press, 2024), hlm. 21.

penjualan dan memberikan keuntungan yang besar.¹³⁶

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, ditemukan bahwa mayoritas pelanggan merasa bahwa harga yang ditawarkan masih tergolong kompetitif dengan konter lain di sekitarnya. Keputusan pelanggan untuk tetap bertransaksi di tempat ini didorong oleh pelayanan yang cepat, responsif, serta kenyamanan dalam proses transaksi. Kecepatan dalam pengisian pulsa maupun paket data menjadi salah satu nilai tambah yang dirasakan langsung oleh pelanggan. Pelayanan yang diberikan juga mencakup sikap ramah dari staf dan kemampuan dalam menyelesaikan kendala teknis, yang menunjukkan adanya upaya maksimal untuk menjaga kualitas layanan dan membangun hubungan baik dengan pelanggan.

Terdapat beberapa produk yang memiliki harga sedikit lebih tinggi dibandingkan konter lain, pelanggan tetap merasa puas karena produk tersebut sesuai dengan kualitas yang diharapkan dan berasal dari merek yang sudah dipercaya. Hal ini menunjukkan bahwa harga bukan menjadi satu-satunya pertimbangan, melainkan juga kualitas produk dan pelayanan yang mendukung proses pembelian. Pelanggan merasa terbantu dengan adanya komunikasi yang terbuka dan solusi yang ditawarkan ketika terjadi kendala transaksi, seperti menyediakan kontak staf untuk dihubungi tanpa perlu kembali ke toko. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pelayanan yang dijalankan telah

¹³⁶ Adriandi Kasim, "Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Bisnis Online," *The Renewal of Islamic Economic Law* 2, no. 1 (2021): 1–11.

memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan dan menunjukkan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam bentuk kejujuran, tanggung jawab, serta komitmen dalam memberikan pelayanan terbaik.

c. Prinsip Keadilan

Menurut Imam Al-Ghazali, keadilan (*al-'adl*) merupakan salah satu nilai utama dalam syariat Islam. Dalam pemikirannya, keadilan bukan hanya soal distribusi hak dan kewajiban, tapi juga menjaga keseimbangan antara hak individu dan hak masyarakat, serta harmoni antara kebutuhan dunia dan akhirat.¹³⁷

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan usaha, agama Islam memiliki ajaran yang mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Keadilan dalam Islam bukanlah prinsip nomor dua, melainkan akar prinsip dari ranah proses ekonomi. Keadilan diterapkan pada semua ajaran Islam dan peraturannya baik akidah, syariat dan etika.²³

Berdasarkan hasil temuan lapangan, mayoritas pelanggan menyatakan bahwa harga yang mereka bayarkan sesuai dengan informasi awal yang disampaikan oleh pihak konter. Pelanggan merasa tidak mengalami selisih harga, baik dalam pembelian pulsa, paket data, maupun kartu perdana. Pelayanan yang diberikan pun dianggap cukup jelas dalam memberikan informasi sebelum transaksi dilakukan.

¹³⁷ Al-Ghazali, Imam, *Ihya' Ulumuddin*, Jilid I, Terj. Muhammad Zuhri, Semarang: Asy-Syifa, 1990.

Hal ini menunjukkan bahwa MBS Cell telah menjalankan prinsip transparansi harga dalam sebagian besar jenis transaksi yang dilakukan, dan hal ini berdampak positif pada kepuasan serta rasa percaya pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Namun, dari beberapa temuan juga ditemukan adanya praktik pembulatan harga, khususnya pada transaksi aksesoris dan voucher. Misalnya, terdapat selisih antara harga label yang tertera Rp17.900 dengan jumlah pembayaran sebesar Rp20.000, namun pelanggan hanya menerima kembalian sebesar Rp2.000. Hal ini menimbulkan kesan adanya pembulatan harga yang tidak dijelaskan secara langsung sebelum pembayaran dilakukan. Praktik seperti ini dapat menimbulkan kebingungan bagi pelanggan, terutama jika informasi tidak dikonfirmasi sejak awal. Dalam etika bisnis Islam, hal ini menunjukkan kurangnya keterbukaan yang dapat menurunkan nilai kejujuran dalam transaksi. Pembulatan harga tanpa pemberitahuan atau konfirmasi terlebih dahulu kepada konsumen perlu menjadi perhatian, agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga dan prinsip keadilan dalam jual beli dapat diterapkan secara utuh.

d. Prinsip Saling menguntungkan

Dalam teori organisasi modern, Chester Barnard mengemukakan bahwa kerjasama dalam organisasi hanya dapat bertahan jika semua pihak mendapatkan manfaat. Ini paralel dengan prinsip *saling*

menguntungkan dalam Islam.¹³⁸

Jika prinsip keadilan menuntut bahwa hak dan kepentingan setiap pihak tidak dirugikan, maka prinsip saling menguntungkan secara positif menuntut bahwa semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain. Prinsip ini terutama mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis, yaitu untuk memperoleh keuntungan. Prinsip saling menguntungkan menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak yang terlibat di dalamnya.¹³⁹

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa mendapatkan manfaat dari transaksi yang dilakukan di MBS Cell dari pelayanan dan promosi yang ditawarkan. Pelanggan menikmati layanan cepat yang memudahkan proses pembelian, pemberitahuan promosi sebelum transaksi, dan bonus kuota saat membeli kartu perdana. Sebaliknya, pihak konter juga memperoleh keuntungan dari loyalitas konsumen yang terus membeli barang. Ini menunjukkan bahwa antara penjual dan pembeli ada hubungan yang saling menguntungkan. Oleh karena itu, prinsip-prinsip saling menguntungkan dalam etika bisnis Islam tampaknya mulai diterapkan. Namun, untuk memastikan bahwa semua pihak benar-benar merasa diuntungkan, perlu ada peningkatan dalam hal kejelasan harga dalam

¹³⁸ Barnard, Chester. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Harvard University Press.

¹³⁹ Kusuma, Y. B., & Fatmawati, R. (2019). *Analisis penerapan etika bisnis pada UKM pengolah hasil laut di Kelurahan Sukolilo Baru Kecamatan Bulak Kota Surabaya*. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(2), 5.

beberapa transaksi.

e. Prinsip Integritas Moral

Al-Ghazali memandang integritas moral (*al-akhlaq al-karimah*) sebagai cerminan dari iman yang benar. Ia menekankan pentingnya *niat yang ikhlas*, kejujuran, dan *istiqamah* dalam berperilaku, terutama dalam muamalah atau aktivitas sosial dan ekonomi.¹⁴⁰

Prinsip ini diyakini sebagai dorongan internal bagi pelaku usaha atau perusahaan untuk menjalankan bisnisnya sambil menjaga reputasi pribadi maupun nama baik perusahaannya. Dengan kata lain, prinsip ini mendorong pelaku bisnis dan perusahaan untuk senantiasa memberikan yang terbaik, sehingga dapat menjadi entitas yang dibanggakan. Hal tersebut tercermin dalam sikap dan perilaku pelaku usaha dalam setiap interaksi, baik dengan pihak luar maupun di lingkungan internal perusahaan.

Transparansi perubahan harga di konter MBS Cell telah diterapkan dengan cukup baik. Sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa sebelum melakukan transaksi, mereka terlebih dahulu diberikan informasi mengenai adanya kenaikan harga, khususnya pada produk pulsa dan paket data yang memang sering mengalami perubahan harga dari pihak provider. Strategi ini dinilai mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi karena mereka dapat mempertimbangkan keputusan pembelian dengan informasi yang jelas

¹⁴⁰ Muhammad bin Muhammad Abu Hamid Al-Ghazali, *Mukhtashar Ihya Ulumuddin* (Beirut: Dar al-Fikr, 1993)

dan terbuka. Meskipun terdapat perbedaan antara harga promo dan harga stok yang tersedia, pelanggan tetap memahami bahwa kondisi tersebut terjadi karena adanya perbedaan ketersediaan barang di lapangan.

Namun demikian, terdapat catatan penting bahwa produk yang ditampilkan dalam materi promosi sebaiknya selalu disesuaikan dengan ketersediaan stok, agar tidak menimbulkan kebingungan dan kesan kurang konsisten dari sisi layanan. Keberadaan informasi yang akurat dan disampaikan di awal transaksi menjadi salah satu bentuk penerapan prinsip kejujuran dalam etika bisnis Islam. Praktik ini mencerminkan adanya upaya untuk membangun kepercayaan jangka panjang dengan pelanggan melalui komunikasi yang terbuka dan tidak menutup-nutupi perubahan harga yang terjadi. Dengan demikian, nilai-nilai etika bisnis Islam dalam hal transparansi dan kejujuran sudah mulai diinternalisasi dalam praktik usaha, walaupun tetap perlu ditingkatkan dari segi konsistensi penyajian informasi pada media promosi dan ketersediaan produk.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Analisis Pelayanan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Pelayanan yang dilakukan oleh MBS Cell Jember menunjukkan adanya usaha untuk menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Kelima prinsip ini menjadi dasar dalam membentuk pelayanan yang tidak hanya profesional, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islami.

Berikut adalah penjelasan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam pelayanan di MBS Cell:

Otonom: Nomor pengaduan tersedia baik di toko maupun media sosial. Karyawan dilatih agar siap menangani keluhan konsumen dan dibagi shift agar pelayanan tetap maksimal.

Kejujuran: Karyawan di MBS Cell mendengarkan kebutuhan pelanggan, memberikan informasi yang sesuai, dan melakukan konfirmasi ulang untuk menghindari kesalahpahaman.

Keadilan: MBS Cell berupaya memberikan pelayanan yang adil kepada semua konsumen, baik pembeli besar maupun kecil. Sistem antrean menggunakan nomor urut sesuai kedatangan. Namun, masih ditemukan praktik yang kurang adil, seperti pelanggan tertentu diprioritaskan saat toko ramai.

Saling Menguntungkan Konsumen mendapatkan kenyamanan pelayanan dan kualitas produk yang sebanding dengan harga. Meskipun

harga di MBS Cell sedikit lebih tinggi dibandingkan tempat lain, konsumen tetap merasa puas karena mutu produk terjamin.

Integritas Moral: MBS Cell membangun budaya pelayanan yang beretika melalui pelatihan khusus kepada karyawan. Mereka dibiasakan untuk bersikap sopan, tidak bermain saat jam kerja, dan menjaga fokus saat melayani pelanggan. Namun, saat konter dalam kondisi ramai, pelayanan cenderung menurun dan kurang maksimal.

Secara umum, pelayanan yang diberikan oleh MBS Cell Jember menunjukkan upaya yang cukup baik dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Hal ini tercermin dari adanya pelatihan karyawan, sistem antrean, serta ketersediaan media pengaduan sebagai bentuk tanggung jawab dan transparansi. masih ditemukan beberapa praktik yang belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam secara ideal. Misalnya, dalam situasi toko yang ramai, terdapat perlakuan istimewa terhadap pelanggan tertentu yang menyebabkan ketidaksesuaian dengan prinsip keadilan. Sistem antrean yang tidak selalu dikontrol juga menjadi celah bagi praktik yang tidak adil.

Dengan demikian, pelayanan di MBS Cell sudah menunjukkan komitmen terhadap etika bisnis Islam, namun masih perlu evaluasi dan peningkatan agar prinsip-prinsip tersebut dapat diterapkan secara konsisten dan menyeluruh.

2. Analisis Penetapan Harga Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Penetapan harga di MBS Cell dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam. Penentuan harga tidak hanya mempertimbangkan keuntungan, tetapi juga faktor keadilan, kejujuran, dan keseimbangan antara kebutuhan konsumen dan biaya operasional.

Berikut penjelasan prinsip etika bisnis Islam dalam penetapan harga:

Otonom: Penetapan harga dilakukan atas dasar pertimbangan internal toko, termasuk biaya operasional dan upah karyawan. Praktik pembulatan harga, meskipun lazim dalam dunia bisnis, tetap harus dikomunikasikan secara transparan agar konsumen tidak merasa dirugikan.

Kejujuran: Harga produk umumnya diinformasikan secara terbuka kepada konsumen, terutama saat transaksi. Konsumen merasa pelayanan yang diberikan membantu mereka memahami dan menerima harga yang ditawarkan. Meskipun harga di MBS Cell cenderung lebih tinggi, hal ini dianggap wajar karena produk dinilai lebih berkualitas.

Keadilan: Penetapan harga berusaha dilakukan secara adil. Harga pulsa sudah ditentukan oleh provider, sedangkan aksesoris disesuaikan dengan biaya operasional. Namun, praktik pembulatan harga tanpa pemberitahuan, menjadi salah satu titik yang perlu dibenahi karena bisa menimbulkan kesan tidak adil bagi konsumen.

Saling Menguntungkan: MBS Cell berusaha menjaga hubungan baik dengan konsumen dengan memberikan keuntungan seperti bonus atau layanan tambahan. Konsumen merasa mendapatkan nilai lebih dari produk

dan pelayanan yang ditawarkan, meskipun harga sedikit lebih tinggi.

5Integritas Moral: Konsistensi dalam materi promosi dan kesesuaian produk yang dijual masih menjadi kendala, karena terkadang produk tidak sesuai dengan yang ditampilkan di media promosi.

Dalam aspek penetapan harga, MBS Cell berupaya mempertimbangkan keseimbangan antara kebutuhan konsumen dan kelangsungan usaha. Harga yang diterapkan umumnya diinformasikan secara terbuka dan didasarkan pada pertimbangan biaya operasional serta kualitas produk. Masih terdapat praktik pembulatan harga tanpa pemberitahuan yang berpotensi menimbulkan persepsi kurang adil atau kurang transparan di mata konsumen. Dengan demikian, penetapan harga di MBS Cell menunjukkan arah yang positif terhadap penerapan etika bisnis Islam, tetapi masih memerlukan pembenahan di aspek transparansi dan keadilan harga agar lebih sesuai dengan nilai-nilai Islami secara menyeluruh.

B. Saran

1. Pelayanan penjualan di MBS Cell Jember diharapkan dapat terus ditingkatkan dengan tetap mengedepankan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, dan amanah, agar mampu menciptakan kepuasan dan kepercayaan konsumen secara berkelanjutan.
2. Penetapan harga di MBS Cell Jember diharapkan dilakukan secara lebih transparan dan konsisten sesuai prinsip keadilan dalam Islam, serta menghindari praktik pembulatan harga yang dapat menimbulkan keraguan

dari konsumen.

3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas kajian dengan mengangkat objek atau lokasi penelitian yang berbeda, atau dengan menambahkan variabel lain yang masih berkaitan dengan etika bisnis Islam, guna memperkaya literatur dan memberikan pemahaman yang lebih luas terhadap implementasi nilai-nilai Islam dalam kegiatan usaha.



DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, L. (2021). Analisis prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam pelayanan dan penetapan harga di Vilshop Madiun. *Ekonomi dan Bisnis: Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo*, 2, 152.
- Aini, L. N. (2024). Pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan Kafe Millennial di Kota Sampang. *Journal of Economic and Business*, 1(1), 12–24.
- Al Amir, B. I. (2018). Pengaruh etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan Andayani Waroeng Steak N Djawa (Studi pada Andayani Waroeng Steak N Djawa di Pamekasan). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 13–18.
- Al Arif, M. N. R. (2021). *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*. Alfabeta.
- Al-Ghazali, I. (1993). *Mukhtashar Ihya Ulumuddin* (Cet. 1). Beirut: Dar al-Fikr.
- Al-Qardhawi, Y. (1997). *Peran, nilai dan moral dalam perekonomian Islam*. Gema Insani.
- Al-Qur'an Kementerian Agama RI. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahannya (Edisi penyempurnaan)*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Amalia, F. (2012). *Implementasi etika bisnis Islam pada pedagang di Bazar Madinah Depok. Prosiding Seminas Competitive Advantage*, 1(2).
- Amalia, F. (2014). *Etika bisnis Islam: Konsep dan implementasi pada pelaku usaha kecil*. Prenada Media.
- Anindya, D. A. (2017). *Pengaruh etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha pada wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua. At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 389–412.
- An-Nabahan, M. F. (2000). *Sistem ekonomi Islam: Pilihan setelah kegagalan sistem Kapitalis dan Sosialis*. Yogyakarta: UII Press.
- Arif, M. N., & Rianto, M. N. (2010). *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Asmuni Mth. (1990). *Penetapan harga dalam Islam: Perspektif fikih dan ekonomi*. Asy-Syifa.
- Athar, G. A. (2020). Analisis penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di pasar tradisional di Kota Binjai Sumatera Utara. *Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 9(1), 124–134.
- Aziz, A. (2013). *Etika bisnis perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.

- Beekun, R. I. (1997). *Islamic business ethics*. Virginia: International Institute of Islamic Thought.
- Djakfar, H. M., & SH, M. A. (2012). *Etika bisnis: Menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi*. Jakarta: Penebar Plus.
- Ernawan, E. R. (2011). *Organizational culture: Budaya organisasi dalam perspektif ekonomi dan bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Faisal, Badroen, Suhendra, dkk. (n.d.). *Etika bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Fajar, L. (2008). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fajri, E. Z., & Senja, R. A. (2002). *Kamus lengkap Bahasa Indonesia*. Difa Publisher.
- Faozi, I., & Handayani, S. B. (2019). Analisa keputusan pembelian yang dipengaruhi harga promosi dan kualitas pelayanan pada PT Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 26(47).
- Fauroni, R. L. (2006). *Etika bisnis dalam Al-Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren.
- Fauzan, H., & Chotib, M. (2024). *Sistem informasi manajemen perspektif Islam* (A. F. R. Bahri, Ed.). Yogyakarta: Diva Press.
- Fauzia, I. Y. (2014). *Prinsip dasar ekonomi Islam perspektif Maqashid Al-Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Firdaus, M., Hakim, M. A., Ghifron, S., & Alshodiq, M. (2005). *Dasar dan strategi pemasaran syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Firmansyah, E. (2018). *Mekanisme penetapan harga di Rumah Makan Rama ditinjau dari etika bisnis Islam* (Skripsi, IAIN Metro).
- Hakim, L. (2012). *Prinsip-prinsip ekonomi Islam*. Yogyakarta: Erlangga.
- Hidayat, D., & Hasib, F. F. (2015). Pencapaian masalah melalui etika bisnis Islam studi kasus Restoran Mie Akhirat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(11).
- Irawan, H. (2017). *Penerapan etika bisnis Islam pada pedagang sembako di Pasar Sentral Sinjai* (Skripsi, UIN Alauddin Makassar).
- Kasim, A. (2021). *Etika bisnis Islam terhadap transaksi bisnis online*. *Al-Ikhtisar: The Renewal of Islamic Economic Law*, 2(1), 19–30.
- Kasmir. (2010). *Dasar-dasar perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Koentjaraningrat. (1985). *Metodologi penelitian masyarakat*. Jakarta: Gramedia.

- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran* (Edisi Millenium, Jilid 2). Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-15). Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Kristiyanti, D. A. (2018). Penerapan metode waiting line untuk evaluasi pelayanan penjualan merchandise kampus pada PT Come Indonusa Jakarta. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 14(1), 61–68.
- Kusuma, Y. B., & Fatmawati, R. (2019). Analisis penerapan etika bisnis pada UKM pengolah hasil laut di Kelurahan Sukolilo Baru Kecamatan Bulak Kota Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(2).
- Laksana, F. (2008). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Masruroh, N., & Ummah, F. (2018). Upaya pengembangan corporate social responsibility perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Iqtisaduna*, 4(1), 46–61.
- Moenir, A. S. (2010). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 60-61
- Muhammad. (n.d.). *Etika bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan.
- Muliati, T., Nurmatias, F., & Azmi, K. (2022). Pengaruh etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen muslim pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House di Kota Dumai. *Al-Hisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 1–15.
- Muslich, E. B. I. (2004). *Filosofis, normatif, dan substansi implementatif*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Mutia, E. A. (2022). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan GoFood (Studi kasus pada Generasi Z pengguna layanan GoFood di Purwokerto)* (Skripsi, UIN Saifuddin Zuhri).
- Nafarin, M. (2007). *Penganggaran perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prastowo, A. (2012). *Metode penelitian kualitatif dalam perspektif rancangan penelitian*. Ar-Ruzz Media.

- Putritama, A. (2018). Penerapan etika bisnis Islam dalam industri perbankan syariah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1), 1–20.
- Qardhawi, Y. (1999). *Norma dan etika bisnis Islam* (Z. Arifin, Penerj.). Jakarta: Gema Insani.
- Rahayu, N. W. I., Rifa'i, K., & Rokhim, A. (2021). Komunikasi etika bisnis dalam keberagaman agama di Kabupaten Jember. *IJIC: Indonesian Journal of Islamic Communication*, 4(2), 39–63.
- Rahman, A., Sonhadji, H. M., Soeroyo, & Nastangin. (1995). *Doktrin ekonomi Islam*. Dana Bakti Wakaf.
- Rivai, V., & Buchari, A. (2009). *Islamic economics: Ekonomi syariah bukan opsi, tetapi solusi!*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rozalinda, R. (2017). *Ekonomi Islam: Teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rozhania, Z. N., Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 129-140.
- Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta; Rajawali Pers, 2015), 222. 2015
- Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*.
- Setianingrum, N., Wardani, I. M., & Maulana, M. A. (2024). Analisis Harga Tiket dan Fasilitas Rekreasi Di Taman Botani Sukorambi Kabupaten Jember. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 65-70.
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1-228.
- Soemarsono, *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual* (Jakarta: Rieneka Cipta, 1990), h.17
- Sofiah, S., Rizkiya, T. W., & Annizar, A. M. R. (2022). Model Persaingan Pasar Monopolistik Dalam Penentuan Harga Obat Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1).
- Sofyan, R. (2011). *Bisnis syariah, mengapa tidak?: pengalaman penerapan padabisnis hotel*. Gramedia Pustaka Utama.

- Subhan Roni, Masruroh Nikmatul, Diana Shinta Riska. „Penerapan prinsip-prinsip Koperasi dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." *Al-Iqtishadi Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 4, no.1 (Oktober, 2017): 182-18
- Sukirno, S. (2004). *Mikroekonomi teori pengantar*.
- Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: sebuah tinjauan teori & praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Yani, J. A., Mangkunegara, A. A. A. P., & Aditama, R. (1995). Sugiyono. 2017, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra, Diktat Ku*.
- Yuliaty, T., Shafira, C. S., & Akbar, M. R. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *Mbia*, 19(3), 293-308.
- Yusanto, M. I. (2002). Menggagas bisnis islami. Gema Insani.



MATRIKS PENELITIAN

JUDUL	FOKUS PENELITIAN	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN
Analisis Pelayanan Penjualan dan Penetapan Harga Ditinjau dari Etika Bisnis Islam di MBS Cell Jember	<p>3. Bagaimana analisis pelayanan penjualan yang dijalankan oleh MBS Cell Jember dari perspektif etika bisnis?</p> <p>4. Bagaimana penetapan harga oleh MBS Cell Jember yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis?</p>	<p>1. Pelayanan penjualan</p> <p>2. Penetapan harga</p> <p>3. Etika bisnis Islam</p>	<p>a. Prinsip Otonom</p> <p>b. Prinsip Kejujuran</p> <p>c. Prinsip Keadilan</p> <p>d. Prinsip Saling menguntungkan</p> <p>e. Prinsip Integritas moral</p>	<p>1. Data Primer:</p> <p>a. Pemilik</p> <p>b. Karyawan</p> <p>c. Pembeli</p> <p>2. Data Sekunder</p> <p>a. Buku</p> <p>b. Jurnal</p> <p>c. Internet</p>	<p>1. Pendekatan dan Jenis Penelitian: Pendekatan kualitatif, menggunakan penelitian lapangan.</p> <p>2. . Lokasi Penelitian: MBS Cell, Jalan Jawa Kecamatan Sumpalsari, Kabupaten Jember.</p> <p>3. Subjek Penelitian: <i>purposive</i></p> <p>4. Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi</p> <p>5. Analisis Data: Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan</p> <p>6. Keabsahan Data: Triangulasi sumber</p>

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ika Maurida

Nim : 212105020036

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian yang berjudul "ANALISIS PELAYANAN PENJUALAN DAN PENETAPAN HARGA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM PADA MBS CELL JEMBER" tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimalumi dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 16 April 2025

Saya yang menyatakan


METERAL
TEMPEL
03AMX245120485
Ika Maurida
NIM. 212105020036

**PEDOMAN
WAWANCARA**

1. Bagaimana analisis pelayanan penjualan yang dijalankan oleh MBS Cell Jember dari perspektif etika bisnis?

a. Prinsip Otonom

Apakah informasi yang diberikan oleh karyawan selalu jelas, sesuai kenyataan, dan memuaskan? Pernahkah Anda merasa informasi yang diberikan kurang jelas?

b. Prinsip Kejujuran

Apakah pelayanan yang diberikan maksimal dan memuaskan?

c. Prinsip Keadilan

Apakah pelayanan yang dilakukan dan apakah merasa semua pelanggan dilayani dengan adil, tanpa membedakan? Apakah Anda pernah merasa diperlakukan kurang adil?

d. Prinsip Saling Menguntungkan

Apakah pelayanan yang dilakukan dan Apakah Anda merasa harga produk sebanding dengan kualitas dan pelayanan?

e. Prinsip Integritas Moral

- 1) Bagaimana Anda menjaga sikap profesional dalam setiap interaksi dengan pelanggan?
- 2) Apakah Anda merasa dihargai sebagai pelanggan?

2. Bagaimana penetapan harga oleh MBS Cell Jember yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis?

a. Prinsip Otonom

Bagaimana penentuan harga di MBS bandar pulsa?

b. Prinsip Kejujuran

Apakah pernah mengalami perbedaan harga antara yang tertera dan yang diberikan?

c. Prinsip Keadilan

Apakah penetapan harga di MBS Cell sudah adil menurut pembeli?

d. Prinsip Saling Menguntungkan

Apakah harga yang ditawarkan MBS Cell tidak memberatkan anda?

e. Prinsip Integritas Moral

Jika ada perubahan harga apakah karyawan memberitahu terlebih dahulu?



Nomor : B-14³⁶/Un.22/7.a/PP.00.9/12/2024
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

03 Desember 2024

Kepada Yth.
Pemilik Usaha MBS Cell Jember

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

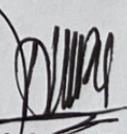
Nama : Ika Maurida
NIM : 212105020036
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Analisis Pelayanan Penjualan dan Penetapan Harga Ditinjau dari Etika Bisnis Islam Pada MBS Cell Jember di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,




Nurul Widyawati Islami Rahayu

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Pemilik Toko MBS Cell, Menerangkan bahwa:

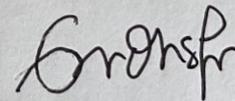
Nama : Ika Maurida
Nim : 212105020036
Jurusan : Ekonomi Syariah
Universitas : Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Judul : Analisis Pelayanan Penjualan dan Penetapan Harga Ditinjau dari Etika
Bisnis Islam di MBS Cell Jember

Benar yang tersebut namanya diatas telah melaksanakan penelitian di Toko MBS Cell dengan Judul : “Analisis Pelayanan Penjualan dan Penetapan Harga Ditinjau dari Etika Bisnis Islam di MBS Cell Jember”.

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana seharusnya.

Jember, 10 Februari 2025

Pemilik Toko



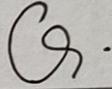
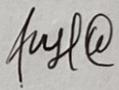
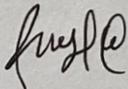
gandis
(.....)

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Nama : Ika Maurida

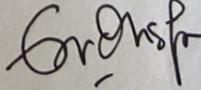
NIM : 212105020036

Judul : Analisis Pelayanan Penjualan Dan Penetapan Harga Ditinjau Dari Etika Bisnis
Islam Pada MBS Cell Jember

No	Tanggal	Uraian Kegiatan	Paraf
1	10 Desember 2024	Mengantarkan surat izin penelitian pada karyawan	
		Wawancara dan dokumentasi dengan senior/ kepala toko	
2	10 Januari 2025	Wawancara dan dokumentasi pada karyawan serta beberapa pelanggan	
4	11 Januari 2025	Wawancara dan dokumentasi pada karyawan serta beberapa pelanggan	
5	12 Januari 2025	Dokumentasi dengan Pemilik Toko Mbs cell	
6	10 Februari 2025	Meminta stempel pada surat pernyataan selesai penelitian	

Jember, 10 Februari 2025

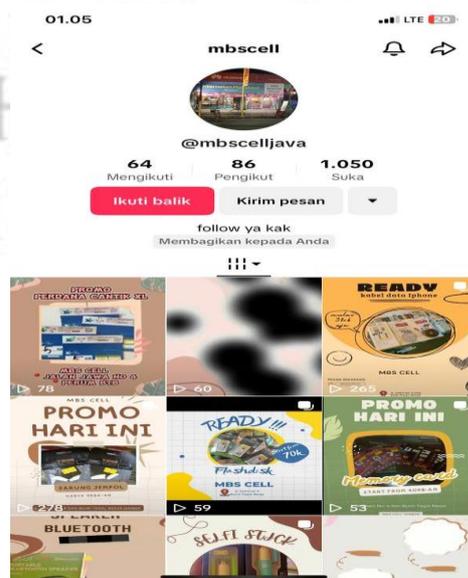
Pemilik Mbs Cell


(.....gandis.....)

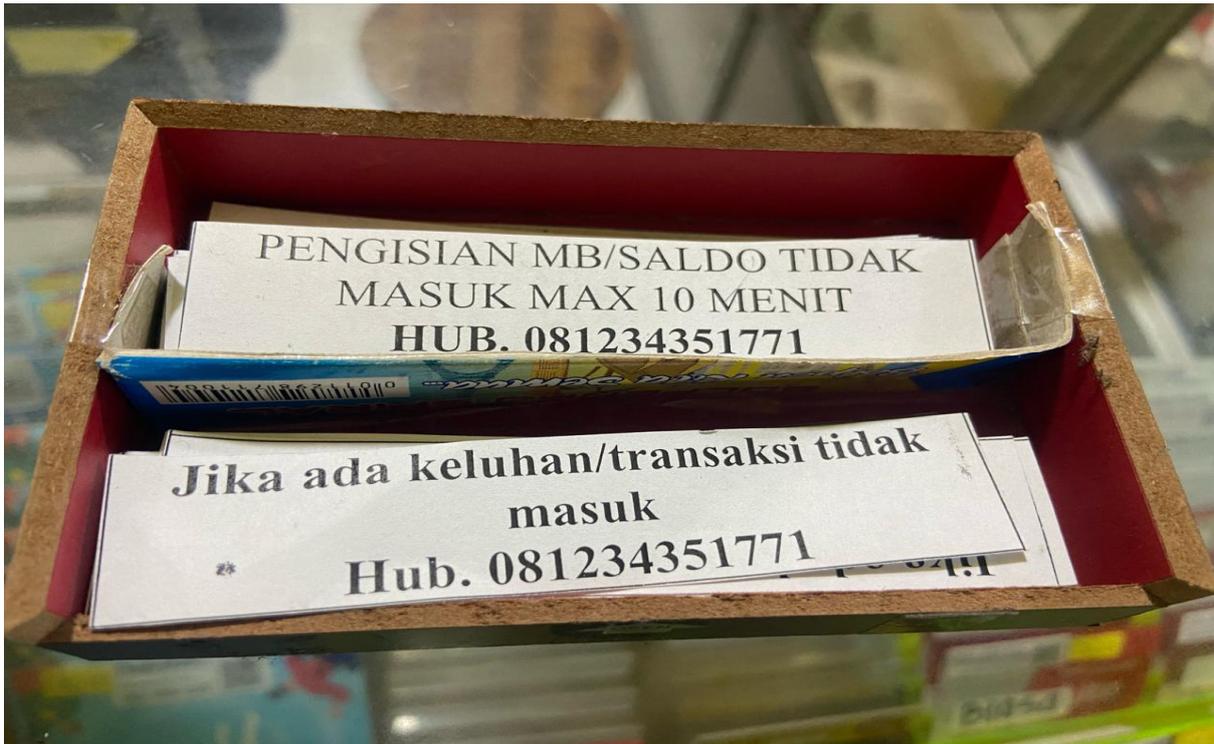
DOKUMENTASI



Produk yang dijual di MBS Cell



Media promosi dan akun sosial media



Layanan Pengaduan Mbs Cell



Wawancara dengan sales Provider



Wawancara dengan Ibu Gandhis Arum Selaku Istri Dari Pemilik MBS Cell



Wawancara dengan mbak firly selaku Senior di MBS Cell



Wawancara Dengan Mas Agus dan Mbak Nufus Selaku Karyawan Mbs Cell



Wawancara Dengan Pelanggan Mbs Cell



Wawancara Dengan Pelanggan Mbs Cell



Wawancara Dengan Pelanggan Mbs Cell



Wawancara Dengan Pelanggan MBS Cell



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 : Ika Maurida
NIM : 212105020036
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Pelayanan Penjualan dan Penetapan Harga ditinjau dari Etika Bisnis Islam pada MBS Cell Jember

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, 14 April 2025
Operator Aplikasi DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Luluk Musfiroh



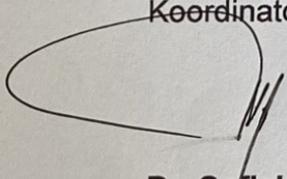
SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Ika Maurida
NIM : 212105020036
Semester : VIII (Delapan)

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

Jember, 19 April 2025
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,



Dr. Sofiah, M.E
NIP. 199105152019032005

BIODATA PENULIS



DATA PRIBADI

Nama : Ika Maurida

NIM : 212105020036

TTL : Jember, 24

Januari 2003 Jenis Kelamin :

Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Dusun Gudang Karang,

Rambipuji Program Studi : Ekonomi Syariah

Jurusan : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad

Siddiq Jember Email : ikamaurinda24@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

SDN Rambipuji 03 : 2009-2015
SMP Negeri 1 Rambipuji : 2015-2018
SMAN Rambipuji : 2018-2021
Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember : 2021- Selesai

PENGALAMAN ORGANISASI

PENGALAMAN MAGANG

Magang di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember pada bagian Perdagangan.

MOTTO HIDUP

Tujuan akhir dari belajar bukan hanya gelar, melainkan bagaimana ilmu itu bisa memberi arti dan manfaat bagi orang lain.

