

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELANGGAN MINI MARKET KECAMATAN CERME

Citra Nur Islamiyah, Abdur Rohman

Universitas Trunojoyo Madura

Email: 220721100007@student.trunojoyo.ac.id, abdur.rohman@trunojoyo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengulas Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pelanggan Mini Market Kecamatan Cerme ditinjau dari Etika Bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan penelitian tentang penerapan etika bisnis islam pada pelanggan mini market Kecamatan cerme, Untuk mengetahui Tanggapan Responden Tentang Kondisi Loyalitas Pelanggan, penerapan etika bisnis islam pada pelanggan mini market Kecamatan cerme . Jenis penelitian ini adalah kualitatif, dengan perolehan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Mini Market Kecamatan Cerme, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, dengan mayoritas pelanggan merasa puas dan lebih cenderung untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan mini market kepada orang lain.

Kata kunci : Etika Bisnis Islam, Pelanggan Mini Market.

Abstract

This research reviews the Application of Islamic Business Ethics to Mini Market Customers in Cerme District in terms of Islamic Business Ethics. This research aims to determine the implementation of research on the application of Islamic business ethics to mini market customers in Cerme District, to find out the responses of respondents regarding customer loyalty conditions, the application of Islamic business ethics to mini market customers in Cerme District. This type of research is qualitative, with data obtained through observation, interviews, documentation. The results of this research qqshow that the application of Islamic business ethics in the Mini Market in Cerme District, such as honesty, justice and responsibility, has a significant influence in increasing customer loyalty, with the majority of customers feeling satisfied and more likely to make repeat purchases and recommend the mini market to other people. other.

Keywords : *Islamic Business Ethics, Mini Market Customers.*

PENDAHULUAN

Istilah etika memiliki banyak makna berbeda. Ada yang menyebutkan bahwa etika adalah semacam penelaahan, baik aktivitas penelaahan maupun hasil penelaahan itu sendiri. Pendapat lain menyebutkan bahwa etika adalah kajian moralitas. Sedangkan moralitas adalah pedoman yang dimiliki individu atau kelompok mengenai apa itu benar dan salah, atau baik dan jahat suatu perbuatan.

Pelayanan merupakan bentuk pemberian layanan atau servis yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen. Pelayanan ialah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau

pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan kepada konsumen merupakan salah satu bentuk untuk meningkatkan hubungan psikologi antara produsen dan pelanggan serta memantau berbagai keluhan pelanggan. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu, ia merupakan suatu proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan seseorang dalam masyarakat. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi, dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan layanan.

Salah satu perusahaan yang mengalami hal tersebut adalah Mini Market Cerme. Mini Market yang secara harfiah berarti pasar kecil dimana tidak sebesar dan selengkap supermarket, namun pada umumnya sama seperti supermarket yang menjual berbagai barang keperluan sehari-hari. Mini Market adalah semacam toko atau yang menjual segala macam barang dan makanan, namun tidak selengkap dan sebesar supermarket. Berbeda dengan toko klontong, Mini Market menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang ia butuhkan dari rak-rak Mini Market dan pembayaran di meja mesin kasir. Sistem ini juga dianggap membantu agar pembeli tidak berhutang. Dalam perkembangan ekonomi dewasa ini, penyebaran Mini Market telah meluas, baik dalam kawasan tengah kota maupun daerah pinggiran kota. Para konsumen atau pembeli yang berada di perkotaan cenderung memilih untuk berbelanja di Mini Market, dimana ketersediaan barang yang hampir serba ada, tempat yang terbilang bersih, dan proses mencari keperluan yang dilakukan secara mandiri atau yang sering disebut swalayan, membuat para konsumen lebih nyaman untuk berbelanja keperluannya, tetapi untuk mewujudkan itu semua pengusaha harus mempunyai sistem pelayanan yang baik untuk menarik minat pelanggan sebanyak-banyaknya.

Sehubungan dengan maraknya perkembangan usaha minimarket di kecamatan Cerme, serta mayoritas masyarakat kecamatan Cerme yang beragama Islam maka dari itu terdapat minat berbelanja di minimarket yang menerapkan sistem pelayanan menurut Islam yaitu Mini Market. Kemudian pelayanan dan daya saing antara pengusaha mini market sangat kuat dalam hal mempertahankan pelanggan atau mendapatkan pelanggan yang lebih banyak lagi, hal tersebut berkaitan bagaimana cara pemilik mengarahkan karyawan untuk menerapkan sistem pelayanan dengan baik dan etika bisnis yang berpengaruh terhadap besar kecilnya loyalitas pelanggan yang didapatkan.¹

KAJIAN PUSTAKA

Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika merupakan cabang ilmu filsafat yang menelaah dan meneliti tingkah laku manusia. Tingkah laku ini sangat berpengaruh apabila harus berinteraksi dengan manusia lain apalagi yang memiliki budaya berbeda. Khususnya dalam bisnis dapat dicontohkan

¹ Nadalia Veronica, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Sistem Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Mini Market Mira Kelurahan Jembatan Mas Kecamatan Pelayung", *Jurnal Mahasiswa Volume 1*, (November 2021), hal 307-308

apabila seorang staff masuk dalam ruangan rapat tanpa mengetuk pintu dan langsung memotong pembicaraan yang sedang berlangsung.

Etika adalah perbuatan dan perkataan yang dilakukan secara sadar (implisit) merupakan ilmu yang membahas tentang tingkah laku manusia. Ahmad Amin mengartikan sebagai ilmu yang menjelaskan baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan, Menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dan apa yang seharusnya di perbuat.

Kata Etika menurut Wiliam Benton, 1972 berasal dari bahasa Yunani, Ethos berarti karakter yang mempelajari konsep-konsep baik buruk, benar salah yang membenarkan seseorang untuk bertindak dimana penerapannya berdasar pada filsafat moral atau mores yang berarti adat istiadat.²

Bisnis dalam segala macam bentuknya terjadi dalam kehidupan kita setiap hari, sejak bangun pagi hingga tidur kembali. alarm jam weker yang membangunkan kita dini hari dengan lantunan merdunya adzan, sajadah alas sholat kita, susu instan yang “aku dan kau” minum, mobil atau sepeda motor yang mengantarkan kita ke kantor, serta semua kebutuhan rumah tangga kita, seluruhnya adalah produk yang dihasilkan, didistribusikan, dan dijual oleh para pelaku bisnis. Uang yang dibelikan beragam produk tersebut juga mungkin diperoleh dari bekerja pada suatu bisnis.

Contoh diatas menunjukkan betapa luasnya cakupan bisnis. Bila semua itu dicoba diterjemahkan dalam sebuah pengertian yang komprehensif, pengertian yang dimaksud juga akan beragam.

Dalam kasus Bahasa Indonesia, Bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial didunia perdagangan, dan bidang usaha, Skinner (1992) mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Seogiastuti (1996), Bisnis memiliki makna dasar “*the buying and selling of goods and services*”. Adapun dalam pandangan Straub dan Attner (1994), Bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan berjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra), Sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.

Dari semua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa organisasi/pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnis dalam bentuk : (1) memproduksi dan atau mendistribusikan barang dan atau jasa, (2) mencari profit, dan (3) mencoba memuaskan keinginan konsumen.³

2. Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam

Hasil penelitian secara umum menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis memberi dampak terhadap kemajuan bisnis perusahaan dilihat dari enam parameter kemajuan bisnis. Penerapan etika bisnis Islam berdampak pada aspek pemasaran dalam bentuk perusahaan berhasil memasarkan produk olahan bandeng hingga ke beberapa provinsi di pulau Jawa. Aspek pemasaran tersebut meliputi bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu produk, price (harga), promosi, place (distribusi). Produk yang

² Hj. Aselina Endang Trihastuti, Etika Bisnis Islam (Yogyakarta : Deepublish, 2021) hlm.11

³ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, Menggagas Bisnis Islam (Jakarta : Gema Insani : 2002) hlm. 15-16

berkualitas, harga yang sesuai, promosi yang baik, serta distribusi produk yang baik membuat perusahaan semakin berkembang dan mendapatkan loyalitas konsumen baik di daerah asal maupun di luar kota.

Penerapan etika bisnis Islam juga berdampak pada aspek manajemen dan SDM dalam bentuk tingginya tingkat kejujuran para SDM dalam seluruh kegiatan operasional perusahaan. Selain itu pemilik perusahaan juga menanamkan nilai kejujuran dan tanggung jawab, baik yang berhubungan dengan urusan dunia maupun dengan urusan akhirat. Penerapan etika bisnis Islam juga berdampak pada aspek hukum sebagaimana tercermin dalam kepercayaan berbagai kalangan, termasuk dukungan pemerintah daerah maupun pusat. Perusahaan berhasil terdaftar di beberapa badan hukum sebagai standar perusahaan yang baik. Hal ini terbukti dengan adanya surat izin yang dimiliki yaitu surat Izin P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga) atau bisa disebut surat izin industri pangan yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan daerah Pematang Jaya Tengah, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Sertifikat Halal, dan berbadan hukum setelah akta dikeluarkan oleh notaris.

Penerapan etika bisnis Islam juga berdampak pada aspek sosial berupa kontribusi yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa pegawai yang berasal dari lingkungan perusahaan dan beberapa kelompok binaan yang didirikan oleh pemilik perusahaan. Perusahaan juga rutin menyisihkan pendapatan yang dialokasikan untuk shodaqah maupun zakat. Penerapan etika bisnis Islam juga berdampak pada aspek dampak lingkungan dalam bentuk perusahaan sama sekali tidak memberikan dampak negatif. Karena keberhasilan perusahaan dalam memanfaatkan seluruh bagian ikan bandeng sehingga dapat diolah secara maksimal. Hal tersebut menjadi upaya perusahaan dalam meminimalisir bagian bandeng yang tidak dimanfaatkan atau dibuang sehingga membuat limbah pada lingkungan.

Penerapan etika bisnis Islam juga berdampak pada aspek finansial sebagaimana dapat dilihat dari kemajuan perusahaan dan prospek bisnisnya yang baik. Bahkan sebenarnya omset yang didapatkan perusahaan masih dapat dikelola lebih baik atau dikembangkan dengan sistem yang lebih baik dan profesional.

Penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum perusahaan telah menerapkan etika bisnis dan menghasilkan dampak positif bagi proses operasional. Hasil ini memang tidak sama persis dengan penelitian terdahulu mengingat objek kajian dan landasan teori yang diacu tidaklah sama. Namun demikian, dapat dikatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam yang baik pada perusahaan ini juga ditemukan pada penelitian sebelumnya seperti penelitian Setiadi & Kasmiruddin (2014) pada industri hotel, Amalia (2012, 2014) pada pedagang pasar, Hidayat & Fasib (2015) pada industri makanan, dan Sinarta & Harjanti (2014) pada industri kosmetik.⁴

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, teknik yang dilaksanakan melihat secara langsung lokasi penelitian. Metode Penelitian Kualitatif adalah Suatu penelitian menghendaki suatu metode yang disebut metode penelitian (Nazir, 1988). Metode penelitian adalah skenario pelaksanaan penelitian dijalankan (Darmalaksana,

⁴ Wahyu Miji Sampurno, "Penerapan Etika Bisnis Islam dan dampaknya terhadap kemajuan bisnis industri rumah tangga", *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol .2 ,issue 1(Juni 2016) hlm.15-16

2020c). Secara umum, metode penelitian, sebagaimana telah ditegaskan terdahulu, ada dua jenis, yaitu penelitian kualitatif (Gunawan, 2013) dan penelitian kuantitatif (Prsetyo & Jannah, 2019). Penelitian kualitatif biasanya digunakan untuk “eksplorasi” dan penelitian kuantitatif umumnya digunakan untuk “mengukur,” hal terakhir lazim digunakan oleh para akademisi matematika dan ilmu pengetahuan alam (Darmalaksana, 2020a).

Metode penelitian kualitatif lebih umum digunakan oleh akademisi humaniora, sosial, dan agama. Berkenaan dengan ini dikenal pula metode lain, seperti metode penelitian sosial (Silalahi, 2006), metode penelitian sosial kuantitatif (Silalahi & Atif, 2015), dan metode penelitian sosial dengan berbagai alternatif pendekatan (Suyanto, 2015). Bahkan, ada pula metode penelitian kebudayaan (Endraswara, 2006). Kembali pada fokus metode penelitian jenis kualitatif, hal ini dapat dilaksanakan melalui dua saluran, yaitu studi pustaka (Cawelti, 1969) dan studi lapangan (Eberhardt & Thomas, 1991). Ada kalanya digunakan dua saluran sekaligus, yakni gabungan antara studi pustaka (Jalali & Wohlin, 2012) dan studi lapangan (Small, 2011).⁵

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Hasil Penelitian

Kabupaten Gresik Merupakan Kabupaten yang ada di provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten Gresik memiliki 18 kecamatan, salah satunya yaitu Kecamatan Cerme. Di Kecamatan Cerme terdapat mini market yang menjadi objek penelitian ini, hasil pengamatan awal penulis memperoleh data bahwa karyawan mini market telah melakukan etika bisnis Islam.

Para karyawan tersebut jujur dalam memberikan informasi mengenai produk yang mereka perdagangkan. Tetapi penulis ingin mengulik dan menelaah lebih dalam sebesar apa pengaruh etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

B. Penerapan Etika Bisnis Islam

Mini market di Kecamatan Cerme telah menerapkan beberapa prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran dalam menyampaikan informasi produk, keadilan dalam harga, serta tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Pengelolaan usaha juga mencakup praktik yang menghindari riba dan memperhatikan kesejahteraan karyawan. Loyalitas pelanggan diukur melalui beberapa indikator, termasuk kesediaan untuk melakukan pembelian ulang, merekomendasikan mini market kepada orang lain, serta kepuasan terhadap layanan yang diberikan. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan praktik bisnis yang etis dari mini market di Kecamatan Cerme.

Dalam hal ini, penerapan etika lainnya ialah terhadap konsumen. Kepuasan konsumen menurut Kotler merupakan sejauh mana suatu tingkatan produk dipersiapkan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Kepuasan konsumen diukur dari seberapa besar harapan konsumen tentang

⁵ Wahyudin Darma Laksana, “Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan”, *Digital Library : UIN Sunan Gunung Djati (Agustus 2020)* hlm. 2-3

produk, harga dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk, harga dan pelayanan yang aktual. Secara umum, kepuasan diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen.⁶

Kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapan. Dari definisi tersebut, perusahaan harus terus berusaha mengetahui apa yang diharapkan pelanggan dari produk dan jasa yang dihasilkan.⁷

Adapun penerapan etika lainnya ialah Tata bisnis yang berkeadilan, sebenarnya telah terjadi di Madinah. Nilai spirit dan ajaran yang dibawa oleh Nabi berguna untuk membangun tata bisnis baru, yang akhirnya terwujud dalam tata bisnis dunia. Terdapat empat aksioma etika bisnis. Aksioma etika tersebut meliputi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggungjawab.⁸ Penjelasan lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Prinsip Kesatuan/Tauhid/Keesaan

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan tauhid atau ilahiyah ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariahnya. Tauhid, merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk kegiatan bisnis. Tauhid mengajarkan manusia sebagai makhluk ilahi, sosok makhluk yang memiliki Allah. Dengan demikian, kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan Allah, dan dalam rangka melaksanakan titah Allah.

2. Prinsip Keadilan/Keseimbangan

Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat), dan dengan lingkungan. Dalam Islam keadilan sebagai prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan keterusterangan yang merupakan nilai-nilai moral yang ditekankan dalam Al-Quran. Islam tidak yang menunjukkan kejujuran, menghancurkan kebebasan individu tetap mengontrolnya dalam kepentingan masyarakat yang terdiri dari individu itu sendiri dan karenanya juga melindungi kepentingan pribadi dengan kepentingan masyarakat bukan sebaliknya. Dalam hal ini, kaitannya dengan kegiatan bisnis adalah semua pelaku usaha dianjurkan untuk bersikap sama rata kepada sesama pelaku bisnis dengan tetap menerapkan etika yang telah dianjurkan dalam ajaran Islam.

⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2013), 180.

⁷ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: CV.ADIPURA, 2002), 78.

⁸ 14Muhammad kamal zubair, "Aksioma Etika dalam Ilmu Ekonomi Islam", "Journal Of Ekonomi dan Bisnis Islam,1(2012), 7.

3. Prinsip Kebenaran

Kebajikan dan Kejujuran Kebenaran selain mengandung makna kebenaran lawan kesalahan, mengandung juga unsur kebajikan dan kejujuran. Nilai kebenaran adalah nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Dalam Al-Quran aksioma kebenaran yang mengandung kebajikan dan kejujuran dapat ditegaskan atas keharusan memenuhi perjanjian dalam melaksanakan bisnis. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

Dalam kegiatan bisnis tidak sedikit pelaku usaha menyampaikan sesuatu tidak benar, misalnya menutupi kecacatan produk, melebih-lebihkan kualitas barang dan sebagainya. dianjurkan dalam ajaran Islam. Dalam Al-Quran aksioma kebenaran yang mengandung kebajikan dan kejujuran dapat ditegaskan atas keharusan memenuhi perjanjian dalam melaksanakan bisnis. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis. Dalam kegiatan bisnis tidak sedikit pelaku usaha menyampaikan sesuatu tidak benar, misalnya menutupi kecacatan produk, melebih-lebihkan kualitas barang dan sebagainya.

4. Prinsip Kebebasan

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam. Karena muamalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam ajarannya.

5. Prinsip Tanggung Jawab

Pertanggung jawaban berarti bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditas bisnis dalam Islam adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan dihadapan Tuhan.

Penerapan tanggung jawab dalam etika bisnis, yaitu, pertama, pengusaha yang berperilaku tidak etis tidak menyalahkan karena persoalan bisnis atau karena setiap orang juga berperilaku tidak etis. Kedua, pelaku bisnis bertanggung jawab atas tindakannya. Ketiga, semua kewajiban harus dihargai. Kecuali jika secara moral salah, menepati perjanjian bisnis yang

sah. Secara luas, Islam mengajarkan manusia untuk selalu bertanggung jawab atas apa yang Ia perbuat, termasuk dalam hal berbisnis. Pelaku bisnis harus siap menerima resiko apapun yang akan diterimanya ketika sesuatu hal yang tidak diinginkan terjadi. Dalam dunia bisnis, seorang muslim tidak hanya bertanggung jawab kepada sesama manusia saja, tetapi juga kepada Allah atas harta yang kita miliki.

Indikator Pengaruh Penerapan Nilai Etika Bisnis Islam terhadap loyalitas Pelanggan Minimarket Kecamatan Cerme antara lain yaitu:

1. Indikator Shiddiq (Jujur)

Dalam dunia bisnis, seorang muslim tidak hanya bertanggung jawab kepada sesama manusia saja, tetapi juga kepada Allah atas harta yang kita miliki. menginformasikan dengan benar kualitas barang yang dijualnya sehingga dapat berdampak pada banyaknya konsumen yang merasa puas dikarenakan tidak membuat konsumen merasa tertipu ketika melakukan transaksi jual beli.

2. Indikator Amanah (Terpercaya)

Menginformasikan dengan benar kualitas barang yang dijualnya sehingga dapat berdampak pada banyaknya konsumen yang merasa puas dikarenakan tidak membuat konsumen merasa tertipu ketika melakukan transaksi jual beli.

3. Indikator Tabligh (Menyampaikan)

Tabligh didefinisikan sebagai sifat sopan santun dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dalam memberikan barang. Bentuk komunikasi antara pedagang dan pembeli yang baik contohnya seperti menginformasikan produk kepada konsumen dengan bahasa yang baik dan jelas serta merespon tanggapan maupun pertanyaan konsumen dengan sopan dan cepat mendapat respon yang positif dan banyak konsumen akan merasa puas dengan penerapan sifat tersebut oleh pedagang.

4. Indikator Fathanah (Cerdas)

Fatanah merupakan sikap profesional, bijaksana, dan inovatif. Sebagai pedagang kita dituntut untuk memiliki ide yang cermerlang dalam menjalankan sebuah bisnis. Dengan mempunyai kecerdasan dalam hal berbisnis memberi nilai kepuasan lebih kepada konsumen tersebut. Penting untuk meneladani sifat nabi dan menerapkannya dalam berbisnis. Ada beberapa keuntungan yang diperoleh yaitu terciptanya kepercayaan antara pedagang dan pembeli, menerapkan perilaku yang menjunjung tinggi nilai moral, memiliki citra yang baik di mata pelanggan, mendahulukan memaksimalkan pendapatan. kepentingan bersama dibanding kepentingan pribadi, dan memaksimalkan pendapatan.

KESIMPULAN

Kepuasan konsumen dalam penerapan nilai dan etika ialah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersiapkan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Kepuasan konsumen diukur dari

seberapa besar harapan konsumen tentang produk, harga dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk, harga dan pelayanan yang aktual. Secara umum, kepuasan diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Gucciani, F. A., Suprihatin, T., & Suwarsi, S. (2016). Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Hotel Sofyan Inn Specia Bandung). *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 801-809.
- Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 11(2), 221-240.
- Maharti, R. K., & Fahrullah, A. (2021). Penerapan etika bisnis syariah dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada Yayasan Aqiqoh Nurul Hayat Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 207-218.
- Wardani, Y. M., & Ridlwan, A. A. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(1), 37-52.
- Keraf, S., & Imam, R. H. (1998). Etika bisnis. *Yogyakarta: Kanisius*.