

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI RAS SABLON DESA WERU LOR CIREBON

Muhammad Ikilil

Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon (IAI BBC)

Email: muhammadiklil220@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima 28 April 2020 Diterima dalam bentuk revisi 15 Mei 2020 Diterima dalam bentuk revisi 20 Mei 2020 Kata kunci: Etika bisnis, loyalitas pelanggan	Perkembangan bisnis fashion yang ditandai dengan maraknya penjualan online maupun pertumbuhan factory outlet maupun usaha distro di seluruh penjuru Nusantara, ternyata menjadi salah satu pemicu meningkatnya permintaan jasa sablon dikalangan masyarakat. Karena banyaknya peminat yang membuka usaha sablon maka dari itu timbul sebuah persaingan untuk mendapatkan pelanggan. Berdasarkan hasil observasi di lapangan bahkan sampai pada perolehan berkali-kali terdapat dimensi-dimensi menarik di lapangan, sehingga dari banyaknya dimensi tersebut untuk pembatasan lingkup penelitian maka perlu ditentukan fokus penelitian yaitu tentang materi penerapan etika bisnis islam untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di ras sablon Desa Weru lor Cirebon.

Pendahuluan

Perkembangan bisnis fashion yang ditandai dengan maraknya penjualan online maupun pertumbuhan factory outlet maupun usaha distro di seluruh penjuru Nusantara, ternyata menjadi salah satu pemicu meningkatnya permintaan jasa sablon dikalangan masyarakat. Karena banyaknya peminat yang membuka usaha sablon maka dari itu timbul sebuah persaingan untuk mendapatkan pelanggan. Dengan demikian persaingan usaha sablon dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan saat bertransaksi maka setiap usaha sablon harus menempatkan pada orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Menurut (Mufid, 2018) salah satu cara pelaku bisnis agar tujuannya tercapai adalah menggunakan etika yang baik. Etika ialah studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan sebagainya prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja, dari ini bisa disimpulkan bahwa etika adalah suatu yang universal karena berasal dari pemikiran manusia seperti yang dikemukakan (Djakfar & SH, 2012) dalam buku (Mufid, 2018) memberi ulasan menarik tentang perbedaan akhlak dan etika. Sebagai konsekuensi dari sumber yang berbeda, akhlak bersifat universal karena ajaran wahyu itu diperuntukkan bagi seluruh manusia dimanapun dan kapanpun tanpa dibatasi ras, suku, bangsa,. Sama halnya akhlak, ajaran etika pun bersifat universal karena hasil dari mekanisme kerja akal

manusia (rasio) akan menghasilkan produk yang sama antara manusia yang satu dengan yang lainnya.

Dalam pandangan islam etika, etika adalah pedoman untuk berperilaku didalam segala bidang kehidupan. Dalam ekonomi islam, etika ini tidak dapat dipisahkan dari keseluruhan kegiatan ekonomi. Dengan demikian, etika bisnis yakni seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, serta salah dalam dunia bisnis sesuai pada dengan prinsip-prinsip moralitas (Mufid, 2018). Dari pernyataan diatas bisa disimpulkan bahwa arti etika bisnis adalah segala sesuatu yang dilakukan para pelaku bisnis dalam bertaransaksi dan berperilaku untuk mencapai tujuan-tujuan bisnisnya. Maka dari itu, bisa disimpulkan bahwa etika bisnis islam ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, serta halal, haram, dalam dunia bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang sudah disajikan dari perspektif al quran serta hadits, yang bertumpu pada beberapa prinsip seperti *unity* (kesatuan), *equilibrium* (keseimbangan), *freewill* (kebebasan berkehendak), *responsibility* (tanggung jawab), dan *benevolence* (kebenaran) (Mufid, 2018), dari uraian tersbut dapat disimpulkan bahwa etika bisnis islam adalah kegiatan bisnis yang dilandaskan dengan nilai-nilai etika islam yang bertumpu pada empat bagian, kesatuan, keseimbangan, kebebasan berkehendak dan kebenaran.

Allah SWT telah berfirman dalam surat An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Q.S. An- Nisa':29).

Adapun hadits, yang diriwayatkan oleh Ibnu majah Rasulullah saw bersabda “yang namanya jual beli itu hanyalah jika didasari asas saling rela” (Mufid, 2018). Dari ayat dan hadits tersebut dapat disimpulkan bahwa etika bisnis dalam perniagaan atau transaksi harus saling suka sama suka sehingga tidak akan timbul suatu jalan kebatilan. Karena pada prinsipnya etika bisnis islam itu tidak sekedar diukur dengan keuntungan semata, melainkan juga memperhatikan aspek keberkahan. Dimensi keberkahan inilah yang meniscayakan pelaku bisnis untuk menjalankan aktivitas ekonominya sesuai dengan etika bisnis yang telah digariskan oleh syariat islam. (Mufid, 2018) Etika bisnis islam dapat menjadi pedoman bagi pelaku bisnis untuk menyeimbangkan antara kehidupan dunia dan akhirat, ketika pelaku bisnis sibuk melakukan kegiatan dunia, seorang muslim harus selalu menyeimbangkan dan konsisten dalam melaksanakan ibadah maupun dalam kehidupan bisnis sehari-hari, dan juga harus meninggalkan praktik bisnis yang dilarang. Dalam hal ini, Syahata (2013) mengungkapkan bahwa

etika bisnis islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut :

1. Membangun kode etik islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari resiko
2. Kode etik ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan diatas segalanya adalah tanggung jawab dihadapan Allah Swt.
3. Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada diserahkan kepada pihak peradilan
4. Kode etik dapat member kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (*ukhwah*) dan kerja sama antara mereka semua.
5. Etika bisnis dalam islam memosisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah Swt. (Mufid, 2018)

Banyak pelaku bisnis yang mengabaikan terhadap etika dan berbuat tidak adil atau curang dalam bisnisnya. Pelaku bisnis menganggap bahwa semuanya bebas asalkan dapat menguntungkan bagi bisnisnya, bagi pelaku bisnis yang seperti ini menganggap bahwa dosa dan pahala hanya ada dalam ibadah dan tidak dikenal dalam dunia bisnis, pelanggaran moral dan praktik curang atau tidak adil yang dilakukan oleh para pelaku bisnis tidak hanya merugikan perusahaan dan pelaku bisnis lain tetapi juga masyarakat (SYARAT-SYARAT, SATU, & LESTARI, n.d.) .Maka dari itu, fungsi dari penerapan etika bisnis islam ini untuk menciptakan loyalitas dari pelanggan, karena pada dasarnya pelanggan akan merasa puas atau loyal jika pelaku bisnis menggunakan etika yang baik disaat ,sesudah, ataupun sebelum transaksi. Definisi kepuasan pelanggan menurut kotler (1997: 188) ialah: kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk atau jasa memenuhi harapan pembeli. Dari pengertian tersebut bisa dikatakan harapan pembeli atau pengguna jasa ingin dilayani oleh pelaku usaha dengan menggunakan etika yang baik. Karena kepuasan pelanggan ini dapat memicu pelanggan akan lebih loyal terhadap pelaku bisnis.

Dari penerapan etika bisnis islam ini, diharapkan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan guna meningkatkan penghasilan yang diharapkan oleh pelaku bisnis sablon, untuk itulah pelaku bisnis harus menerapkan etika bisnis islam, sebagaimana Rasulullah SAW bersabda dalam hadits yang diriwayatkan oleh Al-Quzwani, “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya”(Mufid, 2018). Dari hadits tersebut dapat disimpulkan bahwa pelaku bisnis harus berkata jujur terhadap kekurangan yang ada pada produk atau jasanya, dengan demikian pelanggan tidak akan merasa tertipu oleh pelaku bisnis. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW yang artinya “Katakanlah walaupun itu pahit” (H.R. Ahmad)

Ada beberapa metode yang bisa digunakan setiap perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggannya (Kotler, 2002), yaitu: (1) Sistem Keluhan dan Saran. Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customeroriented*) perlu menyediakan akses yang mudah serta nyaman bagi para konsumen untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. (2) Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*). Yaitu dengan mempekerjakan beberapa ghost shopper yang berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan kemudian menilai cara perusahaan melayani permintaan spesifik konsumen, menjawab pertanyaan konsumen dan menangani setiap keluhan. (3) Analisis Konsumen Beralih (*Lost Customer Analysis*). Sedapat mungkin perusahaan seharusnya menghubungi para konsumen yang telah beralih ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. (4) Survey Kepuasan Pelanggan. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumennya. Maka dari itu, kepuasan pelanggan dapat diukur dengan kebiasaan pelanggan menggunakan jasanya kembali. Seperti halnya yang dikemukakan (Edvardsson, et al, 2000), Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Fauzan & Nuryana, 2014) . Dari teori ini pelanggan akan merasa puas atau loyal terhadap pelaku bisnis jika pelanggan kembali lagi membeli atau menggunakan jasa terhadap pelaku bisnis tersebut. Saat ini persaingan perusahaan jasa semakin ketat pelanggan dihadapkan dengan banyaknya promosi dari berbagai perusahaan jasa dengan mengedepankan etika dalam pelayanan yang berbasis online. Hal ini menyebabkan pelanggan tidak loyal dan memiliki kecenderungan untuk berpindah pada perusahaan jasa lainnya.

Tujuan utama sebuah bisnis adalah bagaimana membuat pelanggan percaya bahwa pelayanan yang mereka berikan adalah produk dan pelayanan yang terbaik dibandingkan dengan para pesaing lainnya, dengan demikian perusahaan menjadi khawatir dengan pelanggan yang tidak loyal sehingga usaha untuk mempertahankan pelanggan menjadi sangat penting. Kepercayaan merupakan salah satu modal bagi perusahaan untuk membuat pelanggan menjadi loyal dan terus bertambah. Kepercayaan menurut Muhammad Ahmad Fawad Sheikh (2014) adalah membangun dan meyakinkan mental pelanggan karena pada saat pelanggan merasa puas terhadap produk perusahaan maka pelanggan akan loyal pada perusahaan.

Dengan persiapan bisnis yang berorientasi kepada kepada kepuasan pelanggan, seringkali para pelaku usaha sablon menggunakan segala cara untuk mendapatkan pelanggan sehingga para pelaku usaha sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Seperti suatu kasus di home industri ras sablon, ketika itu ada telepon dari seorang konsumen pelaku bisnis itu mengabaikannya, karena alasan tertentu. Sehingga pengabaian etika itu bisa memicu konsumen untuk tidak menggunakan jasa di pelaku bisnis tersebut.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, penelitian tersebut dilakukan dengan cara terjun kelapangan dimana setiap masalah yang diajukan dalam penelitian terkait didalam ruang lingkup perusahaan. Dalam kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data, menganalisis data, menginterpretasi data dan di tutup dengan dengan sebuah kesimpulan yang memfokuskan terhadap masalah tersebut. Adapun maksud dari penelitian kualitatif, menurut Sharan B. *And Merriam* (2007) dalam buku (Sugiyono, 2017) penelitian kualitatif adalah merupakan pendekatan yang berfungsi untuk menemukan dan memahami fenomena sentral. Sedangkan menurut Straus dan Corbin (1997), yang dimaksud penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran) (Sujarweni, 2015).

Pendekatan yang sistematis dan subjektif yang digunakan untuk menggambarkan pengalaman hidup dan memberikannya sebuah makna (Sujarweni, 2015). Adapun hasilnya adalah harapan untuk memperoleh sebuah pemahaman fenomena tertentu dari perspektif partisipan yang mengalami fenomena tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Untuk menindak lanjuti penelitian yang terkait, peneliti menemukan beberapa temuan yang terkait dalam rumusan masalah yang telah ditentukan. Adapun temuan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Ras Sablon Weru Cirebon

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti yang disebutkan dalam hadis: “ Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”. Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi sangsi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi (Nawatmi, 2010) Untuk menghindari penzaliman serta menumbuhkan rasa keadilan dan kepuasan terhadap aktivitas jual beli diperlakukan suatu peraturan, norma yang mempunyai kekuatan untuk memaksa pelaku bisnis menerima, menaati dan melaksanakannya. Norma yang dimaksud adalah etika bisnis, menurut Hamzah dalam buku (Farid, 2017) etika islam didefinisikan sebagai ilmu pengetahuan yang mengajarkan mana yang baik dan mana yang buruk dengan fitrah dan akal pikiran manusia yang benar.

Dengan demikian, jelaslah bahwa suatu aktivitas yang dilakukan manusia merujuk pada suatu kebenaran dengan menghindari keburukan. Maka dari itu etika

dalam pandangan islam adalah suatu yang ditempatkan yang paling tinggi, karena pada dasarnya islam diturunkan bagi kehidupan manusia untuk menyempurnakan akhlak. Maka dari itu hal yang paling dekat dengan kata akhlak adalah etika, berarti akhlak dapat diartikan sebagai etika. Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlak al islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram (Amalia).

Setelah melakukan penelitian lapangan, peneliti mendapatkan informasi data dari 8 sebagai informan yang memberikan banyak informasi tentang penilaian penerapan etika bisnis di Ras Sablon. Adapun hasil wawancara tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bapak Aldy, 27 tahun, alamat blok serut desa megu.

Bapak Aldy berprofesi sebagai pemilik distro ALL merchendaise mengungkapkan penilaian etika di Ras Sablon pada hari senin, 13 april 2020,

“ada pelayanan etika yang saya dapat dari Ras Sablon itu, kalo datang disediakan kopi dan makanan ringan, pengerjaanya tepat waktu, dan bisa kasbon” (Aldy, Communication, 2020).

Dari pernyataan tersebut, bahwa Bapak Aldy telah mendapatkan penghargaan sebagai tamu, menepati janji dan membantu secara financial. Dari hal tersebut termasuk dalam penerapan etika bisnis islam.

2. Bapak Imam, 26 tahun, alamat blok kr. Anyar desa weru lor.

Bapak Imam berprofesi sebagai karyawan swasta sebagai konsumen pribadi mengatakan penilaian etika di ras sablon pada hari selasa, 14 April 2020,

“enaknya di ras sablon itu bisa pesan sedikit, walaupun sedikit tidak pernah pilih kasih dengan pelanggan lain, karena di tempat lain pesanan yang banyak pasti didului, tapi di ras sablon tidak” (Imam, Communication, 2020).

Dari pernyataan Bapak Imam, bahwa Bapak Imam telah mendapatkan asas etika bisnis islam dari prinsip keadilan tanpa deskriminasi.

3. Bapak Fery, 28 tahun, alamat desa wotgali plered.

Bapak fery berprofesi sebagai pedagang online memberikan penilaian etika di ras sablon pada hari Selasa, 14 April 2020,

“yang saya suka dari etika yang diberikan di ras sablon , sebelum pelunasan, saya disuruh mengecek sebagian hasil yang saya pesan, tujuannya agar terhindar dari kesalahan penyablonan” (Fery, Communication, 2020).

Dari penjelasan yang dikemukakan Bapak Fery adalah penerapan etika tersebut yang bertujuan agar bapak Fery dapat komplain secara langsung, jika hasil yang dikerjakannya kurang memuaskan, maka dari itu dapat dikatakan penerapan etika bisnis islam tersebut termasuk kedalam prinsip kerelaan atau kebebasan.

4. Bapak Audah, 27 Tahun, alamat Majasem kota cirebon

Bapak Audah Berprofesi sebagai karyawan swasta di cv baby pink, mengungkapkan pendapat tentang penilaian etika pada ras sablon pada hari Rabu, 15 April 2020,

“yang membuat saya senang dari perilaku atau etika di Ras Sablon, sering memberikan tips buat beli bensin” (Audah, Communication, 2020).

Dari hasil yang disampaikan Bapak Audah dapat dikatakan sebagai *Culture of different*, dengan demikian *culture of different* ini sebagai salah satu faktor untuk menjaga sebuah etika bisnis islam, seperti yang dikaji dalam bab sebelumnya. Selain *culture of different*, hal ini dapat disimpulkan sebagai hadiah dari Ras Sablon atau disebut *Hibah*, karena pemberian hadiah tersebut tanpa mengharapkan sesuatu.

5. Bapak Beni, 25 tahun, alamat Desa Weru lor.

Bapak Beni berprofesi sebagai ojek online sekaligus pelanggan Ras Sablon. Menyatakan tentang penilaian Etika bisnis pada Ras Sablon pada hari Selasa, 14 April 2020,

“yang saya rasakan dari perilaku etika ras sablon itu, tepat waktu dan hasilnya bagus” (Beni, Communication, 2020).

Dari pernyataan Bapak Beni, sudah dinyatakan secara jelas, bahwa tepat waktu dan hasil yang bagus termasuk kedalam prinsip penerapan etika bisnis islam yang dapat dilihat dari tepat waktu, dinilai sebagai amanah dan hasil yang bagus, dinilai sebagai tabligh atau dapat dipercaya

6. Bapak Husni, 26 tahun, alamat Desa Dawuan

Bapak Husni berprofesi sebagai Karyawan swasta, sekaligus pelanggan untuk kebutuhan pribadinya, mengatakan etika bisnis pada Ras Sablon pada hari Kamis, 16 April 2020, di kediaman Ras Sablon

“penilaian dari saya si orangnya ramah, gak ngaret terus harganya gak mahal” (Husni, Communication, 2020).

Karena pernyataan dari Bapak Husni sangat jelas dan padat maka dapat disimpulkan bahwa Ras Sablon sudah menerapkan etika bisnis islam, yang sudah dirasakan secara pribadi oleh Bapak Husni.

7. Bapak Zaenal, 24 tahun, alamat Desa Weru Lor

Bapak Zaenal berprofesi sebagai Karyawan, sekaligus pelanggan untuk keperluan organisasinya, mengatakan penilaian etika bisnis pada Ras Sablon pada hari Selasa, 14 April 2020.

“untuk hasil kerjanya si bagus dan tepat waktu, tapi kalo untuk via WA telat angkatnya” (Zaenal, Communication, 2020).

Dari pernyataan Bapak Zaenal, dapat dinyatakan sebagai penerapan etika bisnis islam namun dalam penerapan etika bisnis islam tersebut masih ada kekurangan seperti yang ada pada pernyataannya telat mengangkat telepon via *whatsapp*, dalam

hal kekurangan penerapan etika bisnis islam tersebut masih memiliki banyak kemungkinan seperti, sibuknya pada waktu itu, terbatasnya sinyal, ataupun sedang ada konsumen yang mengunjungi. Dari pernyataan tersebut belum dapat dinyatakan sebagai penerapan etika bisnis islam, karena penerapan etika bisnis islam harus berpegang terhadap sifat *ihsan*.

8. Bapak Mudi, 29 tahun, alamat Gunung Jati Cirebon

Bapak Mudi berprofesi sebagai karyawan swasta, sekaligus pelanggan sablon untuk keperluan organisasi yang berada dirumahnya menyatakan suatu penilaian etika bisnis yang diterapkan di Ras Sablon pada hari, Sabtu, 18 April 2020, dikediaman Ras Sablon,

“enak mesen disini dapat bonus kaos lebih dan THR kalo menjelang lebaran” (Mudi, Communication, 2020)

Dari pernyataan Bapak Mudi dapat dikaji, bahwa etika yang diterapkan termasuk penerapan etika bisnis islam kedalam prinsip *ihsan* dan *knowledge*.

Setelah mendapatkan hasil penelitian dari 8 informan tentang penerapan etika bisnis islam pada Ras Sablon menyatakan bahwa tujuh orang menilai etika yang baik dan satu orang mengatakan baik namun ada keganjalan tentang pelayanan via online. Oleh karena itu dari delapan orang yang diwawancarai dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis di Ras sablon terbilang sudah sangat cukup menerapkan etika bisnis islam, namun penerapan tersebut tidak disadari oleh owner Ras Sablon karena kurangnya pengetahuan tentang etika bisnis islam.

2. Loyalitas Pelanggan Di Ras Sablon

Loyalitas sering diidentifikasi sebagai pengabdian seseorang terhadap sebuah lembaga yang memiliki tujuan yang sama, Meskipun pada dasarnya loyalitas memiliki yang sangat luas namun kadang secara umum loyalitas dilihat dari satu perspektif saja, yakni diidentifikasi dengan pengabdian, pengorbanan, dan ketaatan seseorang terhadap lembaga.

Dalam hal ini, loyalitas pelanggan timbul ketika pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang dijualnya, dengan demikian tidak sedikit pelaku bisnis mengutamakan kepuasan pelanggan agar terciptanya loyalitas tersebut. Kepuasan pelanggan menurut Kotler dalam jurnal (Yuliarini & Riyasa, 2007) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kualitas termasuk semua elemen yang diperlukan untuk memuaskan tujuan pelanggan.

Dengan diterapkannya etika yang baik pelaku bisnis mengharapkan kelayakan pelanggannya. Dengan demikian pelanggan akan terus menggunakan jasa atau membeli produk dari pelaku bisnis. Dari beberapa hal yang telah dikaji maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah tingkat kepuasan sebagai tingkat

perasaan pelanggan yang sesuai dengan harapannya. Jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan sangat kecewa, dan jika sesuai dengan harapannya, maka pelanggan akan sangat puas sehingga kepuasan tersebut dapat menciptakan kelayakan pelanggan dan akan terus menggunakan jasa dan membeli produk tersebut.

Oleh karena itu, loyalitas pelanggan adalah suatu tujuan yang harus ada pada perusahaan. Seperti halnya, penemuan dilapangan yang telah dilakukan peneliti pada *home* industri Ras sablon di Weru Lor.

Adapun hasil wawancara yang ditemukan peneliti dari Bapak Umar selaku owner di Ras Sablon menyatakan pada hari Minggu, 12 April 2020 menjelaskan tentang strategi kelayakan pelanggan,

“untuk pelanggan balik lagi sih, urusan mereka tapi strategi saya agar mereka balik lagi kita harus memberikan yang terbaik, ya seperti memberi makanan minuman kalo pelanggan kesini, selanjutnya harus sesuai janji, kalo jadinya hari ini ya hari ini harus jadi, memberikan uang bensin buat pelanggan yang jauh, memberikan kaos THR untuk warga sekitar dan banyak lagi.” (Umar, Comunication, 2020).

Dari pernyataan Bapak Umar dapat disimpulkan bahwa hal tersebut sebagai etika bisnis islam, namun hal tersebut, tanpa disadari bahwa Ras Sablon telah menerapkan beberapa prinsip dari etika bisnis islam karena Ras Sablon belum mengetahui prinsip-prinsip etika bisnis islam.

Dengan demikian, strategi agar meningkatkan loyalitas pelanggan yang telah dipaparkan sudah diterapkan dan dapat dibuktikan dengan hasil wawancara dari beberapa informan yang telah memberikan informasinya terhadap penilaian etika bisnis islam yang telah diterapkan oleh Ras Sablon.

Kesimpulan

1. Penerapan Etika Bisnis Islam Di Ras Sablon

Adapun kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini ialah Setelah mendapatkan hasil penelitian dari 8 informan tentang penerapan etika bisnis islam pada Ras Sablon menyatakan bahwa tujuh orang menilai etika yang baik seperti jujur, tepat waktu, memuliakan pelanggan, hasil yang memuaskan, dapat dipercaya, amanah. dan terdapat satu orang mengatakan baik namun ada keganjalan tentang pelayanan via online, pengabaian telephone dari konsumen. Oleh karena itu dari delapan orang yang diwawancarai dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis islam di Ras sablon terbilang sudah sangat cukup.

2. Loyalitas Pelanggan di Ras Sablon

Adapun strategi agar meningkatkan loyalitas pelanggan yang telah dipaparkan sudah diterapkan dan dapat dibuktikan dengan hasil wawancara dari beberapa informan yang telah memberikan informasinya terhadap penilaian etika bisnis islam yang telah

diterapkan oleh Ras Sablon. Maka dari itu loyalitas pelanggan di Ras Sablon dapat dikatakan terpengaruh oleh etika bisnis islam yang telah diterapkan di Ras Sablon.

3. Kendala dan Solusi Penerapan Etika Bisnis Islam Di Ras Sablon

Kendala

Adapun kendala penerapan etika bisnis islam di Ras Sablon pengabaian telephone Via whatsapp dari konsumen sehingga dapat menggugurkan prinsip dari etika bisnis islam. Sedangkan untuk solusinya ialah merubah status whatsapp menjadi jadwal waktu pelayanan via online, dari hal tersebut sebelum pelanggan menghubungi pihak Ras Sablon, setidaknya pelanggan dapat mengetahui waktu sibuknya.

Adapun kendala lainnya ialah penggajian karyawan yang mengerjakan barang perbaiki dari komplain pelanggan, sehingga pengerjaan barang selanjutnya terpending, untuk solusinya adalah menyisihkan waktu beberapa jam sebelum atau sesudah jam kerja untuk melakukan lembur, adapun untuk keuangan gajinya dapat ditutup dengan pesanan yang dikerjakan setelahnya sehingga mendapatkan penghasilan atau penyelesaian pekerjaan yang lebih cepat.

BIBLIOGRAFI

- Djakfar, H. M., & SH, M. A. (2012). *Etika bisnis: menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi*. Penebar PLUS+.
- Farid. (2017). *kewirausahaan syariah. depok, jawa barat: kencana*. Depok.
- Fauzan, F., & Nuryana, I. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(1), 38–55.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran (terjemahan)*. Edisi Millenium, Jilid 1. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Mufid. (2018). *Maqashid Ekonomi Syariah. , jatim: Empatdua Media*. malang.
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Fokus Ekonomi*, 9(1), 24402.
- Sugiyono. (2017). *2017 Metode Peneletian Kualitatif. (S. Y. Suryandari, Penyunt.) Bandung, jawa Barat: Alfabeta*. Bandung.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka baru press.
- Syarat-Syarat, U. M. S., Satu, M. G. S. S., & Lestari, Z. (n.d.). *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota (Studi pada BMT KUBE Sejahtera Sleman)*.
- Yuliarmi, N. N., & Riyasa, P. (2007). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, 12(1), 9–28.