

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Etika Bisnis Islam

##### 1. Etika Bisnis Secara Umum

Etika berasal dari bahasa Yunani “*ethos*” yang berarti adat kebiasaan yang merupakan bagian dari filsafat. Pengertian Etika menurut *Webster Dictionary* ialah ilmu tentang tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang *distematisasi* tentang tindakan moral yang benar.<sup>1</sup> Istilah etika sering di hubungkan dengan moralitas. Moralitas merupakan unsur penting dalam setiap perilaku seseorang, tidak akan ada perilaku positif jika tidak ada etika yang melandasinya. Etika mempertahankan perilaku agar mengarah atau menuju sikap yang baik.<sup>2</sup>

Etika menurut Bekum dapat di definisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normative karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Dari hasil analisis Bertens disimpulkan bahwa etika memiliki tiga posisi, yaitu:

- a) Sistem nilai, yakni nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya,

---

<sup>1</sup> Risma Nur Maulidya, Ahmad Mulyadi Kosim, dan Abrista Devi, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor,” 2019 11, no. 2 (t.t.): 224.

<sup>2</sup> Nurul Huda Dkk., *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*, 1 Ed. (Kencana, 2017), 113.

- b) Kode etik, yakni kumpulan asas atau nilai moral, dan
- c) Filsafat moral, yakni ilmu tentang yang baik atau buruk.<sup>3</sup>

Etika yang baik itu mencakup, kejujuran (Honesty) yaitu mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran. Ketetapan (Reliability) yaitu janjinya selalu di tepati : tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat. Loyalitas yaitu setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya. Disiplin yaitu tanpa disuruh di paksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang ditetapkan.<sup>4</sup>

Dari beberapa pengertian etika dapat di artikan bahwa etika dalam perkembangannya sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Etika memberikan manusia orientasi bagaimana dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari melalui rangkaian tindakannya. Jadi etika membantu manusia untuk mengambil sikap dan bertindak secara tepat dalam menjalankan kehidupannya. Dan etika pada akhirnya membantu manusia untuk mengambil keputusan mengenai tindakan yang perlu dilakukan, dan yang perlu di pahami bersama bahwa etika tersebut dapat di terapkan dalam segala aspek kehidupan. Dengan demikian etika ini dapat dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan aspek atau sisi kehidupan manusia.

---

<sup>3</sup> Bosman Butarbutar, "Peranan Etika Bisnis dalam Bisnis" JIMT, Vol.1, no. 1 (September 2019): h.4.

<sup>4</sup> Umi Mursidah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2017),h.36

Adapun definisi Bisnis dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis dari bahasa Inggrisnya yakni *Business* dari kata dasar *Busy* yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat, dapat diartikan sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.<sup>5</sup>

Bisnis, menurut Griffin dan Ebert adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba. Sedangkan pengertian bisnis menurut Sukirno adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi.<sup>6</sup>

Etika bisnis adalah seperangkat nilai mencakup baik, buruk, benar, salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Arti lain etika bisnis seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus berkomitmen dalam bertransaksinya, berperilaku, dan berelasi untuk mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat dan sentosa.

Menurut Muskich etika bisnis dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi atau sosial, dan penetapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam* (Banten: Media Karya Publishing, 2020), h.7.

<sup>6</sup> Bosman Butarbutar, “Peranan Etika Bisnis dalam Bisnis,”h. 5.

<sup>7</sup> Siti Mina Kusnia, “Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015), h.48

Etika bisnis Menurut Yosephus secara hakiki merupakan etika terapan. Etika bisnis merupakan wilayah penerapan prinsip-prinsip moral umum pada wilayah tindakan manusia di bidang ekonomi, khususnya bisnis. Jadi, secara hakiki sasaran etika bisnis adalah perilaku moral pembisnis yang berkegiatan ekonomi. Etika bisnis merupakan ajaran untuk membedakan mana yang salah dan mana yang benar untuk memberikan pembekalan kepada setiap pemimpin perusahaan ketika mempertimbangkan untuk mengambil keputusan.<sup>8</sup>

## 2. Teori Etika

Perilaku usaha dapat memperoleh ilmu etika melalui teori etika, selain sebagai pengalaman dan informasi moral yang di terima dari berbagai sumber.

### a) Etika Normatif

Etika normatif merupakan etika yang menerapkan berbagai perilaku dan sikap yang ideal yang seharusnya dimiliki oleh manusia atau setiap tindakan yang bernilai dalam kehidupan ini dan seharusnya dijalankan oleh manusia. Oleh karena itu etika normatif merupakan norma-norma yang dapat menuntun agar manusia bertindak secara baik dan menghindari hal-hal yang buruk, sesuai dengan norma dan kaidah yang di sepakati dan berlaku di masyarakat.

Suatu perbuatan atau tindakan manusia selalu memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapainya, yang bisa di artikan bahwa adanya arahan dan sasaran dari setiap tindakan atas hidup yang dijalankan. Contoh dari etika normatif ada etika yang

---

<sup>8</sup> Dinda Anastasyah dan Hajan Hidayat, "Perbedaan Persepsi tentang etika Bisnis Pada Mahasiswa Yang Belum dan Sudah Mempelajari Mata Kuliah Etika Bisnis Pada Prodi Akuntansi di Perguruan Tinggi kota Batam" Vol.5, no. 2 ,(Desember 2017), h.3.

bersifat individual seperti kejujuran, disiplin diri, mengerjakan tugas, dan selain etika normative adalah etika dalam berbisnis.

Bisa disimpulkan etika normatif itu tidak menggambarkan, tetapi menentukan benar tidaknya suatu perbuatan. Etika normatif bertujuan merumuskan prinsip-prinsip etis yang dapat dipertanggung jawabkan secara rasional dan dapat dipergunakan dalam praktek.

b) Etika Deontologi

Istilah deontologi sendiri berasal dari kata Yunani "*deon*" yang berarti kewajiban. Tokoh besar aliran ini adalah Immanuel Kant dalam pandangan dasarnya dari pemikiran etika deontologi adalah bahwa penilaian baik atau buruknya suatu tindakan didasarkan pada penilaian apakah tindakan itu sendiri sebagai baik atau buruk. Dapat dikatakan bahwa pendekatan deontologi ini berbeda dalam prinsipnya dengan utilitarianisme yang berpendapat bahwa moralitas suatu tindakan tergantung pada konsekuensinya.

Selain itu Kant juga mengatakan, bagi hukum yang terpenting adalah legalitas perbuatan, artinya segi lahiriah perbuatan. Di dalam hukum yang dinilai adalah suatu perbuatan bertentangan dengan hukum atau tidak. Sedangkan dalam konteks etika, legalitas suatu perbuatan tidak cukup, tapi harus di perhatikan juga moralitas perbuatan. Moralitas tidak terbatas dari segi lahiriah perbuatan tapi meliputi juga segi batin, artinya mengapa perbuatan itu dilakukan.

c) Etika Teologi



Dari kata Yunani, “*telos*” yakni tujuan, mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang akan dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan akibat yang ditimbulkan oleh tindakan itu. Tantangan yang sering di hadapi dalam penggunaan teori ini adalah kesulitan dalam mendapatkan seluruh informasi yang dibutuhkan dalam mengevaluasi semua kemungkinan konsekuensi dari keputusan yang diambil.

Dalam teori etika teologi terdapat dua aliran, yang pertama egoisme etis merupakan inti pandangan egoisme bahwa dari setiap orang pada dasarnya bertujuan untuk mengejar pribadi dan memajukan diri sendiri. Yang kedua Utilitarianisme berasal dari bahasa latin yang artinya “bermanfaat” menurut teori ini suatu perbuatan adalah baik jika membawa manfaat, tapi manfaat itu harus menyangkut bukan saja satu dua orang melainkan masyarakat sebagai keseluruhan.<sup>9</sup>

#### d) Etika Hak

Etika hak bagi para pembisnis merupakan suatu bekal untuk mengevaluasi apakah tindakan, perbuatan dan kebijakan bisnisnya telah tergolong baik atau buruk dengan menggunakan kaidah hak seseorang sebagai manusia tidak dapat dikorbankan oleh orang lain atau statusnya.

Etika hak memiliki sifat dasar dan asasi (*human rights*), sehingga etika tersebut merupakan hak yang tidak dapat dicabut atau di rebut karena sudah ada sejak manusia ada, tidak tergantung dari persetujuan orang, merupakan bagian dari eksistensi manusia di dunia.

---

<sup>9</sup> Anak Agung Dwi Widyani, *Etika Bisnis Perspektif Teori dan Praktis*, 1 ed., 2020, h.5-7.

e) Etika Keutamaan

Dalam etika ini lebih mengutamakan pembangunan karakter moral pada diri setiap orang. Nilai moral tidak muncul dalam bentuk adanya aturan yang berupa larangan atau perintah, namun dalam bentuk teladan moral yang nyata di praktekkan oleh tokoh-tokoh tertentu dalam masyarakat. Keuntungan teori ini bahwa para pengambil keputusan dapat dengan mudah dalam mencocokkan dengan standar etika komunitas tertentu untuk menentukan sesuatu itu benar atau salah tanpa harus menentukan kriteria terlebih dahulu dengan asumsi telah adanya kode perilaku.<sup>10</sup>

### 3. Etika Bisnis Islam

Bisnis dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis di artikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di usaha perdagangan, dan bidang usaha. Kata bisnis dalam Al-Qur'an biasanya yang menggunakan adalah *al-tijarah*, *al-ba'i tadayantum*, dan *isy tara*. Tetapi sering kali yang di gunakan yakni *al-tijaroh* dalam bahasa arab *tijaraha* yang bermakna berdagang. Menurut *Ar-Raghib al-Asfahani* dalam *Al Mufradat fi gharib al-Qur'an*, *Al-tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Umi Mursidah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Skripsi, Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)," h. 40–41.

<sup>11</sup> Ahmad Hulaimi, Sahri, dan Moh. Huzaini, "Etika Bisnis Islam Pedagang Sapi Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur," *Vol.3*, no. 2 (t.t.), (Desember 2016), h.350.

Dalam pengertian lain bisnis di definisikan sebagai suatu kegiatan atau aktivitas yang sah yang dilakukan untuk tujuan mendapatkan keuntungan. Kegiatan ilegal atau melanggar hukum tidak dapat disebut sebagai bisnis. Kegiatan bisnis meliputi produk-produk penjualan, dan pemasaran barang dan jasa.<sup>12</sup>

Menurut Agustin bisnis syariah yakni bisnis Islam yang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist dimana terdapat kesesuaian kegiatan bisnis dengan syariah Islam sebagai ibadah kepada Allah SWT untuk mendapatkan ridha-nya.<sup>13</sup>

Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umumnya, hanya saja bisnis secara Islam harus mengikuti peraturan dan mengikuti atas dasar ajaran Al-Qur'an, as-Sunnah, Al-Ijma dan Qiyas (Ijtihad) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut.<sup>14</sup> Tertulis dalam Al-Qur'an ayat yang berbicara mengenai bisnis<sup>15</sup>, yakni surat At Taubah ayat 24 :

قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِينُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنْ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ ٤ - ٢٤

Terjemahnya : “Katakanlah, “Jika bapak-bapakmu, anak-anakmu, saudara-saudaramu, istri-istrimu, keluargamu, harta kekayaan yang kamu

<sup>12</sup> Huda dkk., *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, h.113.

<sup>13</sup> Maulidya, Kosim, dan Devi, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor,” h.224.

<sup>14</sup> Fitri Amalia, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok,” t.t., h.3.

<sup>15</sup> al-Quran, 9:24



*usahakan, perdagangan yang kamu khawatirkan kerugiannya, dan rumah-rumah tempat tinggal yang kamu sukai, lebih kamu cintai dari pada Allah dan Rasul-Nya serta berjihad di jalan-Nya, maka tunggulah sampai Allah memberikan keputusan-Nya.” Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang fasik.” (Q.S At-Taubah:24).*

Etika bisnis Islam menurut Sukarno adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlak al Islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram, jadi perilaku yang etis ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah SWT dan menjauhi larangannya.<sup>16</sup>

Bisa di simpulkan dari beberapa pengertian diatas bahwasannya Etika Bisnis Islam yaitu suatu tingkah laku moral bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang di dalamnya terdapat nilai-nilai syariah yang mengutamakan halal dan haram. Jadi tingkah laku yang bermoral ialah perilaku yang mengikuti ajaran Allah dan menjauhi larangannya. Dalam Islam etika bisnis ini telah banyak di ulas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran, Hadist dan rekam jejak dari Rosullullah. Pelaku bisnis di harapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah komponen atau elemen yang mengetahui arah dan tujuan yang akan mengupayakan dalam suatu usahanya, ada ayat dalam:

---

<sup>16</sup> Maulidya, Kosim, dan Devi, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor,” h.4.

Al-Quran yang berbicara mengenai Etika bisnis Islam<sup>17</sup> pada surat Al-Baqarah ayat 284:

لِلَّهِ مَا فِي السَّمٰوٰتِ وَمَا فِي الْاَرْضِ ۗ وَاِنْ تُبْدُوْا مَا فِيْ اَنْفُسِكُمْ اَوْ تَخْفَوْهُ يَحْسِبْكُمْ بِهٖ اللّٰهُ ۗ فَيَعْفِرْ لِمَنْ

يَشَاءُ وَيُعَذِّبُ مَنْ يَشَاءُ ۗ وَاللّٰهُ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ - ٢٨٤

Terjemahnya : “Milik Allah-lah apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi.

Jika kamu nyatakan apa yang ada di dalam hatimu atau kamu sembunyikan, niscaya Allah memperhitungkannya (tentang perbuatan itu) bagimu. Dia mengampuni siapa yang Dia kehendaki dan mengazab siapa yang Dia kehendaki. Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.” (Q.S. Al-Baqarah: 284).

Menurut Syed Nawab Heider Naqvi, ada lima prinsip dalam etika bisnis Islam yaitu, prinsip kesatuan (tauhid), keseimbangan (keadilan/equilibrium), kehendak bebas (free will), tanggung jawab (responsibility), kebajikan (ihsan) <sup>18</sup> Namun menurut peneliti ada tiga prinsip yang penting dan yang utama yang harus ada dalam diri seorang pedagang, yakni prinsip kesatuan (tauhid), prinsip Keseimbangan (keadilan), dan prinsip tanggung jawab. Karena dalam tiga prinsip ini sudah mencukupi dalam menjalankan bisnis sesuai dengan aturan syariah.

#### 1. Prinsip Kesatuan (Tauhid)

---

<sup>17</sup> al-Quran, 2:284

<sup>18</sup> Gadis Arniyati Athar, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara” 9, no. 1 (Juni 2020): h.26.

Tauhid, merupakan pelaksanaan wacana teologis yang mendasari segala aktifitas manusia, termasuk dalam kegiatan bisnis. Tauhid menyandarkan manusia sebagai makhluk *ilahiyyah*, sosok makhluk yang bertuhan. Dengan demikian kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan Tuhan. Menurut Syed Naweb R. Lukman Fauroni Kesatuan disini adalah kesatuan sebagaimana yang telah tercerminkan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik dan sosial menjadi suatu keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

Konsep tauhid juga dapat diartikan sebagai dimensi yang bersifat vertikal sekaligus horizontal. Karena dari kedua dimensi tersebut akan lahir satu bentuk hubungan sinergis antara Tuhan dan hambanya, sekaligus hamba dengan hamba yang lain. Prinsip Tauhid juga dapat diartikan sebagai seorang makhluk harus benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendaknya. Bentuk dari konsep tauhid adalah berupa ketakwaan diri yang dilakukan oleh pedagang yaitu berupa menjalankan sholat lima waktu, berdoa dan bersedekah, serta jujur dalam berdagang.<sup>19</sup> Sebagaimana dalam Firman Allah SWT:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ

سَمَاوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

---

<sup>19</sup> Siti Mina Kusnia, “Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Kediri, 2015), h.96.

Terjemahnya : “Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu.” (Q.S. Al-Baqarah : 29).<sup>20</sup>

Agama Islam dalam menerapkan konsep tauhid telah menjadi bagian yang tidak bisa di pisahkan di dalam setiap aktivitas bisnis. Seorang muslim di haruskan melaksanakan kewajiban kepada Allah SWT, baik itu dalam bidang ibadah maupun *muamalah*. Sedangkan dalam bidang bisnis, ajaran Allah telah di terapkan dalam konsep *fundamental* di dalam penentuan halal dan haram yang berkaitan dengan segala hal bentuk aktivitas transaksi bisnis. Konsep kesatuan ini memiliki pengaruh yang paling utama terhadap diri seorang muslim sehingga di harapkan seorang muslim dalam bisnisnya tidak akan melakukan hal-hal<sup>21</sup> :

- a) Berbuat diskriminatif baik terhadap pembeli, pemasok, pekerja atau kepada siapapun, karena seorang muslim memandang apapun yang ada di dunia ini sebagai milik Allah SWT.
- b) Takut kepada semua bentuk kekuasaan apapun kecuali kekuasaan Allah SWT, dan selalu mengikuti aturan dalam berperilaku di kehidupan sehari-hari, seperti melakukan praktek-praktek kotor dalam bisnis.
- c) Menimbun harta kekayaan dan serakah dalam kehidupan, karena memiliki kesadaran bahwa semua harta yang dimilikinya di dunia hanya bersifat

---

<sup>20</sup> al-Qur'an, 2:29

<sup>21</sup> Anisa Munasaroh, “Tinjauan Erika Bisnis Islam Terhadap Praktik Kemitraan Budaya Cacing *Lumbricus Rubellus* Pada Kelompok Agribisnis ‘Mandiri Sejahtera’ Desa Baleasri Kecamatan Ngariboyo Kabupaten Magetan.” (Skripsi, Institut Agama Islam Negri, Ponorogo, 2020), h.47.

sementara dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya serta percaya bahwa pertolongan Allah pasti adanya.

## 2. Prinsip Keseimbangan (*Keadilan/Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena banyak hubungan dengan sesama. Dalam dunia bisnis prinsip keseimbangan sangat menentukan perilaku kebajikan seseorang dalam dunia bisnis, prinsip keseimbangan atau keadilan harus diwujudkan dalam bentuk penyajian produk-produk yang bermutu dan berkualitas, selain ukuran, kualitas, serta kuantitas, serta takaran atau timbangan harus benar-benar sesuai dengan prinsip kebenaran.

Prinsip keadilan mencakup pada keseimbangan dan tanggung jawab, keseimbangan itu yang berada di dunia dan akhirat. Dengan berlakunya adil seseorang pembisnis akan menjauhkan diri dari hal-hal yang haram, menjauhkan perkara dari barang yang *subhat*. Dengan adanya prinsip keseimbangan yang melahirkan keadilan maka seseorang akan memiliki empati kepada orang lain sehingga ia akan mempertanggung jawabkan segala perbuatannya, dan dihadapan Allah SWT setiap amal manusia akan dimintai pertanggung jawaban.<sup>22</sup>

Dalam agama Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berbuat dzalim. Rosulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta

---

<sup>22</sup> Fauzan Dan Ida Nuryana, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang", Vol.10, No. 1 (Februari 2014),H. 8.



di penuh, sementara jika menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam melakukan bisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis ialah kepercayaan. Al-Qur'an memerintah kepada kaum muslim untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan.<sup>23</sup> Dalam surat Al-Israa ayat 35 Allah SWT berfirman :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ، ذُكُورًا خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Terjemahnya : *“Dan sempurnakan takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”*(Q.S Al-Israa: 35).<sup>24</sup>

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا...

Terjemahnya : *“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta) mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah-tengah antara demikian.”*(Q.S Al-Furqan:67).<sup>25</sup>

Dalam dua surat ayat Al-Qur'an tersebut menjelaskan dalam praktek berbisnis itu tidak adanya kecurangan dalam takaran dan timbangan dan dalam penentuan harga jual beli berdasarkan mekanisme pasar yang normal dan standar

---

<sup>23</sup> Darmawati, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur'an Dan Sunnah,” T.T., 7.

<sup>24</sup> Al-Qur'an, 17:35

<sup>25</sup> al-Qur'an, 25:67

harga pasar tersebut. Serta dalam setiap beraktivitas di dalam dunia kerja atau bisnis. Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak di sukai. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 8 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ، وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا، هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ...

*Terjemahnya : "Hai orang-orang yang beriman! Hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa".(Q.S. Al-Maidah:8)<sup>26</sup>*

### 3. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Manusia di ciptakan di dunia mempunyai satu peran untuk mengelola kehidupannya sebaik mungkin. Dan seluruh aspek kehidupannya bukan suatu yang terbebas dari sebuah tanggung jawab. Rasa tanggung jawab itu tentunya bukan sekedar omongan belaka, melainkan harus benar-benar diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari melalui perbuatan atau perilaku. Dalam dunia bisnis hal semacam itu sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang di inginkan tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggung jawaban atas apa yang telah pedagang lakukan, baik

---

<sup>26</sup> al-Qur'an, 5:8

pertanggung jawaban ketika bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan perjanjian dalam jual beli dan lainnya.

Prinsip tanggung jawab menurut pengertian Sayid Quthb ialah tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat serta antara satu dengan masyarakat lainnya. Serta menepati janji baik itu kontrak kerja sesama bisnis ataupun kontrak kerja dengan pekerja. Pertanggung jawaban dilakukan dalam dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontal (kepada masyarakat). Manusia dalam Islam memiliki tanggung jawab kepada Tuhan karena manusia adalah makhluknya yang mengakui ketauhidannya, berbuat baik kepada orang lain karena manusia adalah makhluk sosial, dan kepada diri sendiri karena manusia adalah makhluk yang bebas kehendak, maka segala sesuatu akan dipertanggung jawabkan sendiri dan bukan orang lain.<sup>27</sup> sesuai dengan Firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 1 dan surat Al-Muddaththir ayat 38 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا بِالْعُقُودِ.

Terjemahnya : “Wahai-orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji.”(Q.S.

*Al-Maidah:1*).<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Anisa Munasaroh, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Kemitraan Budidaya Cacing Lumbricus Rubellus Pada Kelompok Agribisnis ‘Mandiri Sejahtera’ Desa Baleasri Kecamatan Ngariboyo Kabupaten Magetan,” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri, Ponorogo, 2020), h.51.

<sup>28</sup> al-Qur’an, 5:1

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ..

Terjemahnya : “Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya.”(Q.S. Al-Muddaththir :38)<sup>29</sup>

Tanggung Jawab dalam berbisnis secara Islami ditampilkan secara *Transparan*, pelayanan yang optimal, jujur, serta berbuat baik dalam segala urusan. Prinsip tanggung jawab ini menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang telah dilakukan, maka konsep tanggung jawab ada dua hal yakni, pertama karena tanggung jawab yang telah menjadi sumber yang mana itu adalah Rosullulah yang melakukan bisnis dengan sifatnya yang mulia dan penuh tanggung jawab, kedua tanggung jawab ini pada dasarnya berlandaskan sifat suka rela, dan tanpa paksaan.

Dalam hal yang telah di uraikan di atas dalam penelitian ini mengambil tiga indikator untuk pengukuran. Indikator tersebut adalah jujur dan transparan, menjual barang yang baik mutu dan kualitasnya, berperilaku adil dalam menjalankan bisnisnya serta pelayanan yang di berikan, dan bertanggung dengan barang dan jasa yang telah di berikan apabila terjadinya cacat dan rusak.

Berdagang merupakan kegiatan jual beli barang dan jasa yang tujuannya untuk mendapatkan keuntungan. Pedagang yang pada intinya jual beli berarti melakukan kegiatan tukar menukar. Jual (*al-bai*) dan beli (*asy-ayiraa*) adalah dua suku kata yang di gunakan dalam pengertian yang sama tapi sebenarnya berbeda.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> al-Qur'an, 74:38

<sup>30</sup> Widiyari, “Perilaku Pedagang Grosir Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Ngemplak Tulungagung),”h.29.

## **B. Mempertahankan Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas dalam Islam di sebut dengan *Al-wala'*. Secara etimologi *Al-Wala'* memiliki beberapa makna, antara lain mencintai, menolong, mengikuti, dan mendekat kepada sesuatu. Konsep loyalitas dalam Islam atau *Al-Wala'* menurut Zulfa adalah ketundukan mutlak kepada Allah SWT dalam wujud menjalankan syariah Islam. Loyalitas dalam Islam terjadi apabila aktivitas muamalah itu dapat memberi manfaat yang saling menguntungkan melalui penerapan nilai-nilai Islam.<sup>31</sup>

Loyalitas pelanggan sangat memiliki peran penting dalam suatu usaha atau perusahaan. Menurut Kotler dan Philip loyalitas pelanggan sangat penting yang artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas, dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas kesetiannya pada produk-produk lain buatan produsen yang sama. Dan pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk selamanya.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Mashuri, "Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam", Vol.9, no. 1 (Juni 2020),h. 3.

<sup>32</sup> Asmi dan Permata, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara," h.2.



Oliver mendefinisikan loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Sedangkan menurut Mowen dan Minor mendefinisikan loyalitas sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang. Loyalitas menunjukkan kecenderungan pelanggan untuk menggunakan suatu merek tertentu dengan tingkat konsisten yang tinggi. Ini berarti loyalitas selalu berkaitan dengan *preferensi* pelanggan dan pembelian aktual.<sup>33</sup>

Sedangkan Gasper<sup>34</sup> mendefinisikan pengertian pelanggan, bahwasannya pelanggan orang yang tidak tergantung kepada kita, tetapi kita yang tergantung kepadanya, membawa kita kepada keinginannya, tidak ada seorang pun yang menang dalam berargumentasi dengan pelanggan, dan pelanggan adalah orang yang teramat penting yang tidak dapat di hapuskan.

Terdapat beberapa jenis-jenis pelanggan dalam manajemen mutu terpadu yaitu :<sup>35</sup>

- a) Pelanggan internal (*Internal Customers*), adalah orang yang berada di dalam organisasi (perusahaan) dan memiliki pengaruh pada pekerjaan lembaga kita,

---

<sup>33</sup> Ahmad Mardalis, "Meraih Loyalitas Pelanggan" ,Vol.9, no. 2 (Desember 2019),h.2.

<sup>34</sup> Moh Nasuka, "Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Dengan Layanan Inti (Suatu Pendekatan Konsep Islamic Marketing)" ,Vol.15, no. 2 (Desember 2017),h.3.

<sup>35</sup> Moh Nasuka, h.3.

- b) Pelanggan Antara (*intermediate customers*), yaitu mereka yang bertindak berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir produk tersebut,
- c) Pelanggan eksternal (*eksternal customers*), yaitu pembeli atau pemakai akhir produk tersebut, yang sering di sebut sebagai pelanggan nyata (*real customers*).

Menurut Dick & Basu dalam Kotler ada empat jenis loyalitas pelanggan antara lain :

- a) *No Loyalty*, Pelanggan yang seperti ini jarang berbelanja ke tempat yang sama untuk kedua kalinya. Umumnya mereka selalu berganti-ganti tempat,
- b) *Spurious Loyalty*, pelanggan jenis ini membeli sesuatu karena faktor kebiasaan. Biasanya menggunakan produk tertentu atau sudah merasa cocok. Pelanggan tidak mau pindah membeli ke tempat lain.
- c) *Latent Loyalty*, pelanggan seperti ini mempunyai tingkat pembelian ulang yang rendah. Faktor situasi menyebabkan seseorang akan melakukan pembelian atau tidak sama sekali,
- d) *Loyalty*, pelanggan sangat bangga terhadap produk yang digunakan. Bahkan mereka mereferensikan kepada teman dan keluarganya. Jenis tingkat loyalitas ini sudah tidak perlu diragukan lagi.<sup>36</sup>

Loyalitas pelanggan Menurut Lodh pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang memiliki karakteristik tertentu sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian secara berulang-ulang pada badan usaha yang sama
2. Membeli produk dan atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha yang sama,

---

<sup>36</sup> Mashuri, "Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam,"h. 3.

3. Memberitahukan pada orang lain tentang kepuasan-kepuasan yang diperoleh dari badan usaha dan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran dari pesaing untuk produk atau jasa yang sama.

Dari definisi yang telah di paparkan Indikator loyalitas pelanggan yakni, konsumen atau pelanggan tersebut kembali lagi secara berulang baik barang maupun jasa, mengatakan hal positif pada perusahaan atau penyedia barang dan jasa serta suka rela mempromosikan produk tersebut kepada orang lain, jumlah pembelian lebih banyak dari pada pembelian awal atau sebelumnya, merasa puas terhadap layanan yang di berikan.

Dalam mempertahankan pelanggan upayanya lebih sulit dari pada mendapatkan pelanggan yang baru. Setiap kegiatan usaha atau bisnis pasti akan berkompetisi untuk mempertahankan pelanggan dengan berbagai cara agar pelanggan tidak beralih ketempat lain. Berikut ini ada beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan pelanggan.

- a) Bersikap ramah dan tulus.
- b) Menanyakan kebutuhan pelanggan.
- c) Berikan kualitas produk terbaik.
- d) Berikan harga yang sewajarnya dan jangan terlalu mahal, namun tetap dengan kualitas yang baik.
- e) Tepati janji dengan pelanggan agar tidak mengecewakan pelanggan.
- f) Ciptakan suasana kekeluargaan.

- g) Berikan ikatan psikologis dengan cara memberikan ucapan pada momen tertentu.<sup>37</sup>

Konsep Loyalitas Pelanggan menurut paradigma Islam, Sahara menuturkan sebagai berikut :

- a) Implementasi tauhid, dalam pandangan Islam tauhid adalah landasan utama dan pertama dalam keyakinan dan Implementasi ajaran-ajarannya. Tauhid mempunyai kedudukan dan fungsi sentral dalam kehidupan setiap muslim. Bagi seorang muslim tauhid sebagai dasar dan kaidah, syariat dan akhlak. Namun dalam konteks loyalitas pelanggan keyakinan memiliki arti yang berbeda yaitu suatu keyakinan terhadap pemberi suatu produk atau perusahaan untuk diberikan benar-benar yakni bahwa apa yang telah dipilihnya adalah benar-benar yang terbaik sehingga akan terciptanya tingkat loyalitas yang tinggi. Maka dari itu yang di artikan keyakinan dalam loyalitas pelanggan yakni bagaimana seorang pembisnis mampu meyakinkan para pelanggan agar tetap menjadi pelanggan yang setia dan loyal pada usaha tersebut.
- b) Implementasi Ilmu, ilmu merupakan suatu metode berfikir secara objektif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan memberi makna terhadap dunia. Pengetahuan tersebut bisa di dapatkan melalui observasi, klasifikasi dan eksperimen. Dalam loyalitas pelanggan yang dimaksud dengan pengetahuan yaitu, segala sesuatu yang diketahui oleh perusahaan mengenai apa yang disukai dan diharapkan oleh konsumen dari perusahaan tersebut melalui

---

<sup>37</sup> Maulidya, Kosim, dan Devi, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor,"h. 228.

pengalaman, pengamatan atau akal pikiran pemilik perusahaan itu sendiri. Sehingga perusahaan mampu melakukan sesuatu yang diharapkan oleh konsumen demi keberlangsungan perusahaan.

- c) Implementasi ibadah, hakikat ibadah adalah suatu bentuk keimanan seseorang hamba kepada sang pencipta yang maha kuasa. <sup>38</sup> Sebagaimana dalam firman Allah dalam Surat An-Nur ayat 56 <sup>39</sup> :

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Terjemahnya : “Dan laksanakan Shalat, tunaikan Zakat dan taatlah kepada Rosulullah (Muhammad) agar kamu di beri rahmat”. (Q.S. An-Nur : 56).

Dalam konsep loyalitas pelanggan, aturan merupakan hubungan manusia dengan manusia (*Hablum Minannas*). Konsep aturan dalam loyalitas pelanggan merupakan suatu tanggung jawab yang dapat di capai apabila dapat memenuhi apa yang diharapkan dan yang telag dijanjikan kepada para pelanggan.

### C. Pasar

Pada dasarnya pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau bisa di artikan pasar adalah daerah atau tempat (*area*) yang di dalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga.

---

<sup>38</sup> Mashuri, “Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam,” h.9.

<sup>39</sup> al-Qur’an, 24:56



Pasar dapat juga di artikan sebagai sekelompok orang-orang yang di organisasikan untuk melakukan tempat bagi penawaran dan permintaan sehingga dengan demikian terbentuk harga. Pengertian pertama masih di anggap *abstrak* dan di anggap sempit. Maka Willam J. Statin mengemukakan pengertian pasar yakni orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakan.<sup>40</sup>

Pasar pada hakikatnya di bagi menjadi empat golongan diantaranya pasar konsumsi, pasar industri, pasar reseiler, pasar govermen. Dalam pembagian ini merupakan kriteria masing masing pasar :

a) Pasar Konsumsi

Adalah pasar untuk barang dan jasa yang dibeli atau disewa oleh peperorangan atau keluarga untuk penggunaan pribadi (tidak untuk bisnis).

b) Pasar Industri

Adalah pasar untuk barang dan jasa yang dibeli atau disewa oleh perorangan atau organisasi untuk digunakan pada produksi barang atau jasa lain, baik untuk dijual ataupun untuk disewakan biasanya untuk proses bisnis lebih lanjut.

c) Pasar Reseiler

Adalah suatu pasar yang terdiri dari perorangan dan organissasi, biasanya di sebut pedagang-pedagang menengah (*middlement*).

d) Pasar Govermen

---

<sup>40</sup> Widiyasari, "Perilaku Pedagang Grosir Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Ngemplak Tulungagung)," h.30.

Adalah suatu pasar yang terdiri dari unit-unit pemerintah pusat dan daerah, maupun departemen yang membeli atau menyewa barang untuk menjalani tugas-tugas dari pemerintah. Pasar jenis ini merupakan pasar yang potensial (*potential market*).<sup>41</sup>



---

<sup>41</sup> Widiyari, 5.

