

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang berarti kebiasaan atau karakter. Sementara secara terminologi etika berarti *the discipline dealing with what is good and bad, moral and obligation* (kedisiplinan berhubungan dengan apa yang baik dan buruk, dan dengan moral yang bertanggungjawab). Sedangkan secara terminologi etika berarti *the system study of the nature of value concepts good, bad, ought, right, wrong and of the general principles which justify us in applying them to anything also called moral philosophy* (study sistem tentang baik, buruk, benar, salah dan prinsip umum yang membenarkan untuk menjalankan semua yang disebut moral).¹ Menurut Muhammad Amin sebagaimana dikutip oleh Wiwik Koni, etika merupakan ilmu yang seharusnya menjelaskan arti yang baik dan yang buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang seharusnya diperbuat.²

Etika merupakan cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia. Di Indonesia studi tentang etika dalam bidang ekonomi dan bisnis disebut dengan etika bisnis,³ sedangkan dalam Islam bisa disebut dengan etika bisnis Islam. Menurut Abdul Azizi Etika Bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal berkenaan

¹ Faisal Badroen, Dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2006), hlm. 4-5.

² Wiwik Koni, *Etika Bisnis Islam Dan Solusi Krisisi Ekonomi Islam*, Jurnal Buhuts, Vol 11;1 (Juni 2015). hlm.69.

³ Muhammad Djafar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Malang :UIN Malang Press, 2007), hlm. 9.

dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.⁴

Bisnis dalam Al-Quran dijelaskan melalui kata *tijarah* yang mencangkup dua makna, yaitu perniagaan secara umum yaitu perniagaan antara manusia dengan Allah, dan makna kedua adalah perniagaan khusus yang terjadi antar sesama manusia. Menurut Ar-Raghib Al-Isfahani dalam *Al-Mufradat fi Gharib Al-Quran* sebagaimana dikutip oleh Fitri Amalia *at-tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Menurut Al-Farabi, yang dikutip Ar-Raghib dan jelaskan Fitri *fulanuntajirun bi kadza*, berarti seseorang mahir dan cakap dalam mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahanya.⁵ Menurut choudhory sebagaimana dikutip Faisal Badroen nilai etika Islam menjadi faktor *endegemous* untuk setiap aktivitas bisnis. Sedangkan menurut Felix yang juga dikutip oleh Faisal badroen nilai etika bisnis terealisasi dalam setiap perilaku bisnis. Karenanya nilai Islam dibutuhkan acuan baru dalam etika berbisnis.⁶

Dalam kegiatan etika bisnis embrio kepercayaan dimulai dengan pelaksanaan transaksi akad yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadist. Dengan tujuan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan bisnis yang sehat adalah bisnis yang mengedepankan moral, dalam hal bisnis Islam selain wajib mengetahui mana yang baik dan buruk, yang benar atau salah maka yang wajib dikedepankan adalah mengetahui halal dan haram. Seperti yang dikemukakan oleh Husei Sahatan dan dikutip oleh Faisal Badroen, perilaku etika bisnis (*akhlak al islamiah*) yang dibungkus dalam *idha auwabith syariah* (batasan syariah) dan menurut Rafiq Isa Beekun yang juga dikutip Faisal Badroen disebutkan juga dengan *general*

⁴ Abdul Azizi, *Etika Bisnis Dalam Perpektif Islam*, (Bandung:Penerbit Alfabeta, 2013), hlm. 35.

⁵ Fitri Amalia, *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, Jurnal Al-Istiqhad, Vol 4;1 (Januari, 2014), hlm.135.

⁶ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, hlm. 80.

guideline (pedoman umum). Menurut Abdul Azizi ada 6 langkah awal untuk memulai etika bisnis Islam, yaitu:

- a. Niat ikhlas mengharap Pidho Allah SWT
- b. Profesional
- c. Jujur dan Amanah
- d. Mengedepankan etika sebagai seseorang muslim
- e. Tidak melanggar prinsip syariah
- f. *Ukuwah Islamiyah*.

2. Prinsip Etika Bisnis Islam

Ajaran etika bisnis Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, kepada sesama manusia dan lingkungan alam disekitarnya, dan kepada Tuhan selaku penciptanya. Oleh karena itu, untuk dapat berbuat baik pada semuanya itu, manusia di samping diberi kebebasan (*free will*), hendaknya ia memperhatikan keesaan Tuhan (*tauhid*), prinsip keseimbangan (*tawazun/balance*) dan keadilan (*qist*). Disamping tanggung (*responsibility*) yang akan diberikan di hadapan Tuhan.⁷

Secara umum prinsip etika bisnis Islam dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Kesatuan atau Tauhid (*Unity*)

Tauhid berasal dari kata “*wahhada-yuwahiddu-tawhiddan*” yang secara harafiah artinya menyatukan, mengesakan atau mengakui bahwa sesuatu itu satu. Tauhid adalah prinsip utama dalam agama islam dengan ditandainya pembacaan kalmiat syahadat bagi seorang muslim yang beriman. Hubungan antar manusia dengan tuhan pencipta alam semesta. Hubungan ini muncul sebuah konsekuensi penyerahan (*islamisasi*) dari manusia kepada Tuhan yang akal pikiran, ucapan dan amal.⁸ Ketika penyerahan telah dilakukan oleh seorang manusia

⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Malang: Penertbit UIN-Malang Press, 2007), hlm. 11.

⁸ David Rasyid, *Islam Dalam Berbagai Dimensi*, (Jakarta: Gema Insaini Press, 1998), hlm. 17.

terhadap Tuhannya, maka kebebasan yang dia lakukan selalu tatp pada hal yang benar sesuai syariat. Dengan tauhid, konsep ekonomi, sosial dan politik bisa digabungkan dan dilandaskan pada aspek keagamaan.

Dengan mengintegrasikan aspek religius keagamaan dengan aspek ekonomi, akan menimbulkan perasaan dalam manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam segala kativitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas berekonomi sehingga dalam melakukan segala aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuanNya. Perintah terus menerus untuk memenuhi kebutuhan etik dan dimotivasi oleh ketauhidan kepada Tuhan Yang Maha Esa akan meningkatkan kesadaran individu mengenai insting altruistiknya, baik terhadap sesama manusia maupun alam lingkungannya, ini berarti, konsepe tauhid akan memiliki pengaruh yang paling mendalam terhadap seorang muslim.⁹

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Menurut naqvi, keadilan harus diterapkan disemua segi kehidupan sosial mealui komitmen dan upaya, yakni melalui perjuangan keras. Hal itu merupakan penyatuan komitmen moral di antara para individu di dalam masyarakat untuk mewujudkan suatu keseimbangan dalam seluruh aspek kehidupan mereka, dan oleh karenanya berbeda dengan konsep mekanis murini yang digunakan ilmu ekonomi positif konvesional, yang menganggap bahwa komitmen etika maupun normatif itu tidak ada, yakni bebas bernilai. Penjelasan bahwa islam menegaskan menuntut tentang keseimbangan atau kesejajaran, tidak hanya mencakup dimana kekuatan-kekuatan ekonomi dan sosial harus benar sejajar, namun juga wilayah yang berdampingan dengan hal tersebut, dimana kekuatan-kekuatan itu tidak sejajar, tapi dengan syarat, ada mekanisme yang membuat hal tersebut menjadi sejajar. Yang perlu diperhatikan bahwa prinsip keseimbangan membawa implikasi pada sistem ekonomi islam, ini bermakna penghapusan

⁹ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 33.

eksploitasi. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Islam mengharuskan penganutnya untuk berperilaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari kebajikan.

1) Menyempurnakan takaran atau timbangan

Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menukar dan menimbang dengan alat timbangan yang benar, karena hal itu merupakan perilaku terbaik yang akan mendekatkan pada ketaqwaan. Tindakan menyempurnakan timbangan dan takaran kadang kurang diperhatikan. Padahal kurang 1 gr pun sudah bisa dikatakan takaran yang kurang sempurna. Hal itu sama dengan merampas hak pembeli dan ermasuk memakan harta orang lain dengan jalan yang bathil.

2) Seimbang dalam menetapkan harga

Keadilan sangat relevan dalam hal penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Menurut imam Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kesulitan perjalanan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan pedagang. Motif berdagang adalah mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Namun imam Ghazali tidak setuju dengan keuntungan yang besar dalam arti melipatgandakan harga dalam jual beli. Keuntungan bisnis dalam islam tidak hanya sekedar keuntungan yang berupa pundi-pundi rupiah, akan tetapi keuntungan yang lebih kekal yakni keuntungan akhirat.¹⁰

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri mankala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan

¹⁰ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2012, hlm 128.

bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberi kemampuan untuk berfikir dan membuat keutusan, memilih jalan hidup yang diinginkan, dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan yang ia pilih.

Manusia dengan segala kelebihanannya dianugerahi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Sebagai khalifah di bumi manusia memiliki kebebasan untuk mengarahkan kehidupannya pada tujuan yang diinginkannya, namun kebebasan tersebut bukan berarti kebebasan yang tanpa mempunyai batas. Dalam aspek bisnis seorang pebisnis memiliki kebebasan dalam hal :

1) Bekerja

Manusia memiliki kebebasan untuk bekerja (bisnis) guna memenuhi segala kebutuhannya. Setiap usaha pasti terdapat resiko yang harus dihadapi. Seorang pebisnis hendaknya tanggap terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat serta menganalisis kejadian lapangan yang ada untuk diputuskan mengenai langkah kedepan perusahaan.

Setelah mengetahui langkah yang harus ditempuh, pebisnis bekerja semaksimal mungkin untuk meraih apa yang diinginkan. Dalam islam bekerja merupakan kewajiban kedua setelah ibadah.

Oleh karena itu apabila bekerja dilakukan dengan ikhlas maka bekerja bernilai ibadah. Mengingat hal tersebut bekerja tidak boleh bertentangan dengan syariat islam, karena pada dasarnya apa yang kita lakukan pasti dimintai pertanggungjawaban oleh Allah. Pebisnis muslim memang harus memiliki etos kerja yang tinggi untuk menghidupi diri sendiri dan orang-orang yang menjadi tanggungjawabnya.¹¹

¹¹ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbisnis Syariah*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), hlm. 29.

2) Inovasi Produk

Mengingat persaingan bisnis semakin ketat, suatu bisnis dituntut untuk selalu berinovasi. Inovasi adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki manfaat bagi orang lain dengan menggunakan keahlian dan kemampuan akalunya.¹²

Kehadiran produk inovasi haruslah berbeda dari produk yang sudah lebih dulu diujakan. Tentunya dengan kriteria yang memenuhi standar etika bisnis syariah yaitu antara lain harus halal, bermanfaat dan resiko pada konsumen rendah.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Wirausahawan muslim haruslah memiliki sifat amanah atau terpercaya dan bertanggungjawab. Dengan sifat amanah wirausaha muslim akan bertanggungjawab atas segala yang dia lakukan dalam hal muamalahnya. Bertanggung jawab dengan selalu menjaga hak-hak manusia dan hak-hak Allah dengan tidak melupakan kewajiban sebagai manusia sosial dan makhluk ciptaan Allah SWT.¹³

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban, untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan prinsip kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.¹⁴

Al Qur'an menegaskan pada surat An-Nisa ayat 85 yang berbunyi:

مَنْ يَشْفَعْ شَفَعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۗ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَعَةً
سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

¹² Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi Manajer Sukses*, (Jakarta; Gema Insaini, 2004), hlm. 8.

¹³ Ma'ruf Abdullah, *Op. Cit*, hlm. 20.

¹⁴ Faisalbadroen Et Al, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 100.

Artinya : *“Barang siapa yang memberikan syafa’at yang baik, niscaya ia kan memperoleh bahagian (pahala) dari padanya, dan barang siapa memberi hasil yang buruk, niscaya ia kan memikul bahagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”*¹⁵

e. Jujur

Bahwa prinsip penting dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau

Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis, beliau melarang para pedagang meletakkan barang bagus disebelah bawah dan barang bagus di sebagian atas. Seorang wirausaha yang jujur akan menjaga timbangannya, mengatakan baik dan buruknya barang yang dia jual. Dari hubungan jual beli yang didasari oleh kejujuran atau adil kepercayaan akan muncul dengan sendirinya diantara penjual dan pembeli atau antara penyedia jasa pengguna jasa. Kepercayaan yang dihasilkan dari ketulusan hati seseorang adalah hal paling mendasar dari semua hubungan dan termasuk dalam hal kegiatan bisnis.¹⁶

f. Produk yang dijual halal

Komoditi yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti anjing, babi, minuman keras, ekstasi, dsb. Selain itu bisnis dalam bidang jasa diperbolehkan jika dalam jasa yang diberikan tidak merugikan orang lain dan sifatnya membantu dalam hal kebaikan.

g. Tidak melakukan praktek mal bisnis

Praktek mal bisnis adalah praktek –praktek bisnis yang tidak terpuji karena merugikan pihak lain dan melanggar hukum yang ada. Perilaku yang ada dalam praktek bisnis mal sangat bertentangan

¹⁵ QS, An-Nisa :85

¹⁶ Muhammad Djakfar, *Op. Cit*, hlm. 25.

dengan nilai-nilai yang ada dalam Al-Qur'an. Jenis praktek mal bisnis antara lain :

1) *Gharar*

Jual beli *gharar* adalah jual beli barang yang masih samar-samar. *Gharar* adalah salah satu jual beli yang mengandung unsur penipuan karena dalam akadnya transaksi yang dilakukan belum jelas. Benda yang dijualbelikan belum jelas wujudnya, misalnya menjual anak kambing yang masih dalam perut induknya.

2) *Sumpah palsu*

Tidak melakukan sumpah palsu dalam berdagang, Rasulullah sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat menyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.

3) *Ikhtiar*

Ikhtiar atau menghimpun barang untuk mendapatkan harga yang tinggi dikemudian hari. *Ikhtiar* tidak diperolehkan karena akan mengakibatkan kerugian bagi banyak orang. Penimbunan, membekukan, menahan, dan menjatuhkannya dari peredaran akan menyebabkan susahny pengendalian pasar. Seseorang yang menimbun harta benda adalah orang yang tidak mengetahui tujuan untuk apa mencari harta.

Selain itu menimbun juga bisa dianggap sebagai monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah beserta kandungan isinya seperti bahan tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara

pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam islam.

4) *Mengurangi* timbangan atau takaran

Perdagangan indentik dengan timbangan atau takaran sebagai alat penjual. Kecurangan dalam hal timbangan dan takaran dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara cepat. Perilaku mengurangi timbangan ini termasuk dalam penipuan karena mengurangi hak orang lain. Kecurangan yang dilakukan dengan mengurangi timbangan adalah hal yang tidak terpuji dalam praktek bisnis. Takaran, ukuran dan timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Firman Allah surat Al-muthafifin : 1-6 :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ
مَبْعُوثُونَ ﴿٤﴾ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ﴿٥﴾ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : “Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”

3. Etika Bisnis Islam Sesuai Ajaran Rasulullah

Nabi Muhammad SAW selalu mengajarkan dan memebri tauladan yang baik kepada umatnya tidak terkecuali dengan tauladan dalam melakukan kegiatan bisnis, diantaranya yaitu:

a. Jujur

Bagi pelaku bisnis jujur merupakan sifat yang wajib dimiliki, dengan berlaku jujur membuat pelanggan ingin kembali lagi karena tidak merasa dibohongi oleh penjual, karena seorang pebisnis yang tidak memiliki sikap jujur akan membawa pengaruh negatif bagi

dirinya maupun usahanya. Dalam Al-Quran keharusan bersikap jujur dalam dunia bisnis tercantum dalam Q.S Asy-Syu'ara 181-182.

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ ﴿١٨٢﴾ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ ﴾

Artinya : "sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan 181 dan timbanglah dengan timbangan yang lurus 182".

b. Tidak menipu

Tidak menipu adalah tidak menipu kekurangan barang dagangan dengan perkataan yang manis dan bersumpah palsu surat An-Nahl ayat 94.

﴿ وَلَا تَتَّخِذُوا أَيْمَانَكُمْ دَخْلًا بَيْنَكُمْ فَتَرِلَّ قَدَمٌ بَعْدَ ثُبُوتِهَا وَتَذُوقُوا ﴿٩٤﴾ السُّوءَ بِمَا صَدَدْتُمْ عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ ۗ وَلَكُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿٩٤﴾ ﴾

Artinya : "Dan janganlah kamu jadikan sumpah-sumpahmu sebagai alat penipu di antaramu, yang menyebabkan tergelincir kaki(mu) sesudah kokoh tegaknya, dan kamu menghalangi (manusia) dari jalan Allah, dan bagimu azab yang besar".

c. Amanah

Amanah yang dimaksudkan adalah dengan tanggungjawab dan dapat dipercaya. Amanah adalah menjaga kepercayaan yang telah diberikan masyarakat. Sikap yang tidak termasuk dalam amanah adalah bersikap ihtiar atau penimbun barang yang sedang langka di pasar dan dijual kembali apabila harga sangat tinggi, membuat harga menjadi melonjak serta ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran.

d. Menepati janji

Menepati janji yang dimaksud adalah janji kepada Allah dan janji kepada pembeli. Janji kepada pembeli adalah dengan memberikan

segala sesuatu yang telah diucapkan dalam akad, sedangkan janji kepada Allah adalah dengan berbuat baik dalam melakukan bisnis.

e. Murah hati

Nabi Muhammad SAW selalu mengajarkan kepada umatnya bahwa dalam melakukan kegiatan bisnis senantiasa bermurah hati, baik kepada pesaingnya maupun pembeli..urah hati yang dimaksudkan adalah bersikap sopan, ramah, murah senyum, suka mengalah namun tetap bertanggungjawab.

f. Mengingat akhirat

Ketika melakukan kegiatan bisnis diharapkan pebisnis tidak melupakan akhirat yaitu dengan menjalankan syari'at Islam, karena segala sesuatu perlu pertanggung jawaban di akhirat kelak. Selain itu tidak melupakan tujuan diciptakannya manusia yaitu menjadi khalifah dimuka bumi sehingga lebih mendahulukan kepentingan akhirat tanpa melupakan kepentingan dunia.

B. Pelayanan Konsumen

1. Pengertian Pelayanan

Sampara (dalam LP. Sinambela) menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sementara dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani, sedangkan melayani adalah menyuguhi (orang) dengan makanan, minuman, menyediakan keperluan orang, mengiyakan, menerima dan menggunakan.¹⁷

Moenir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat dikur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mngevaluasi kegiatan

¹⁷ Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2007). hlm. 5.

pelayanan, agar hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.¹⁸

Berdasarkan beberapa teori diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau proses yang berlangsung secara berkesinambungan atau terus menerus dalam interaksi antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Dalam rangka menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, setiap pengusaha perlu menjaga citra positif produk dan perusahaan di mata pelanggannya atau masyarakat umumnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan jaminan keamanan. Tanpa citra yang positif, kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.

Menurut kasmir bahwa untuk meningkatkan citra perusahaan, wirausahawan perlu menyiapkan sumber daya manusia (karyawan) yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan kita disebut *customer service* (CS) atau ada juga yang menyebutnya *service assistance* (SA).¹⁹

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dijelaskan bahwa pelayanan sangat memegang peranan penting dalam membangun citra positif bagi sebuah perusahaan khususnya yang berkaitan dengan pelayanan jasa. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan memberikan dampak positif bagi kemajuan perusahaan itu sendiri.

Sebagaimana dikemukakan oleh Kotker bahwa ada enam pendekatan untuk meningkatkan pelayanan yakni sebagai berikut:²⁰

- a. Mengharuskan para penyedia jasa bekerja lebih keras dengan keaslian yang lebih tinggi. Bekerja lebih bukanlah merupakan pemecahan yang tepat, tetapi bekerja dengan keaslian yang tinggi, yang akan dapat dilakukan melalui prosedur, seleksi dan pelatihan yang baik.

¹⁸ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), hlm. 27

¹⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 275.

²⁰ Philip Kotler, *Op.Cit*, Hlm. 50.

- b. Meningkatkan pelayanan dengan melepaskan beberapa mutu.
- c. Mengindustrialisasikan pelayanan dengan menambah peralatan dan melakukan standar isasi produksi.
- d. Mengurangi pelayanan dengan melakukan suatu pemecahan produk.
- e. Mendisain pelayanan lyang lebih efektif.
- f. Memberikan konsumen insentif dengan menukarkan pekerjaan yang biasa dilakukan oleh karyawan perusahaan untuk dikerjakan sendiri.

Untuk menarik pelanggan dan mempertahankan langganan lama, suatu perusahaan harus mengadakan pelayanan dengan baik dan teratur. Hal tersebut perlu dilakukan oleh suatu perusahaan, karena sikap pelanggan adalah dinamis jika ia menyukai barang atau jasa dari suatu perusahaan dan berhak menentukan pilihan yang cocok bagi mereka, budaya pelayanan yang harus dikembangkan dalam setiap organisasi harus meliputi dua tingkatan, yaitu:²¹

- a. Pelayanan yang harus diperlihatkan
 - Kehandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangibles*).
- b. Nilai-nilai dasar yang harus dimiliki setiap anggota
 - 1) Niali kejujuran (*Honesty*), hal ini tidak terbatas kebenaran dalam melakukan tugas, tetapi mencakup cara terbaik dalam melakukan bisnis.
 - 2) Tanggap atau hormat (*Respect*), rasa hormat dibutuhkan dalam interaksi diantara stock holder (konsumen, karyawan, pemasok, dan dengan mitra (bisnis)
 - 3) Nilai kegembiraan (*Happines*), ini harus dimiliki oleh para pegawai dengan harapan kegembiraan yang dimiliki para pegawai tersebut akan menimbulkan pelayanan yang memuaskan.

²¹ Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan*, (Jakarta: LP3ES, 2006), Cet. Ke-1, hlm. 48-151.

- 4) Nilai kerjasama (*Teamwork*), merupakan aktivitas yang bertujuan untuk membangun kekuatan-kekuatan atau sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing anggota.
- 5) Nilai kemauan (*Willingness*), disini menunjuk kepada kemauan dan kerelaan untuk melakukan tugas dan tanggung jawab dalam kerangka pemikiran untuk memuaskan konsumen.

2. Dasar-dasar Pelayanan

Suatu pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap karyawan telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang karyawan, yaitu:

- a. Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih

Disini karyawan harus mengenakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian necis tidak kumal, terkesan pakaian yang digunakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika petugas telah diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.

- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum

Karyawan harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah karyawan haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.

- c. Menyapa dengan lemah lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal. Pada saat nasabah atau pelanggan datang karyawan harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu.

- d. Tenang, sopan, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan

Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumen.

- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar

Dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.

- f. Jangan menyela atau memotong pembicaraan

Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.

- g. Mampu mnyakinkan pelanggan atau nasabah serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu menyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal.
- h. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan. Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh karyawan, maka harus meminta bantuan petugas lain yang mampu.

Adapun larangan dalam memberikan pelayanan secara umum dilakukan oleh berbagai perusahaan antara lain:²²

- a. Dilarang berpakaian sembarangan.
- b. Dilarang melayani konsumen atau tamu sambil makan.
- c. Dilarang melayani konsumen atau tamu sambil mengobrol.
- d. Dilarang menampakkan wajah yang tidak menyenangkan.
- e. Dilarang berdebat atau menyanggah.
- f. Dilarang meninggalkan nasabah.
- g. Dilarang berbicara terlalu keras atau lemah.
- h. Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji.

3. Kualitas Pelayanan

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, serta simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap kepercayaan serta kebiasaan seseorang

²² Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 26.

dalam masyarakat.²³ Pencipta budaya adalah seorang pemimpin, setiap pemimpin mempunyai visi dan misi tertentu yang kemudian disebarkan pada karyawan. Seorang pemimpin memberi contoh, kemudian diikuti oleh bawahan. Akhirnya kebiasaan-kebiasaan itu kan menjadi budaya jika semua mempraktekannya baik pimpinan dan bawahannya.²⁴

Pelayanan itu terbaik tidak terlepas dari faktor kepribadian seorang pemimpin sangat menentukan dalam menciptakan suasana yang lebih cair. Ia akan menciptakan pola kerja yang keras, tetapi dalam suasana yang cair, itulah suasana yang dibudayakan pada saat ini. Hal seperti ini akan menciptakan seseorang karyawan yang bekerja keras luar biasa, namun dengan suasana yang cair, dan happy, bukan dalam suasana yang menakutkan dan mencekam. Jika perusahaan ingin selalu dianggap yang terbaik di mata pelanggannya, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik ini harus dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga keinginan pelanggan dapat diberikan secara maksimal.

Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan pelayanan yang sistematis dan komprehensif yang lebih dikenal dengan konsep pelayanan prima, LP. Sinambela mengemukakan bahwa secara teoritis, tujuan dari pelayanan pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari:

- a. Transparansi, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b. Akuntabilitas, yakni pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. Kondisional, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.

²³ Didin Hafidhuddin Dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), Cet. 1. hlm. 59.

²⁴ Ibid

- d. Partisipatif, yakni pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam menyelenggarakan pelayanan item dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
- e. Kesamaan hak, yakni pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain.
- f. Keseimbangan hak dan kewajiban, yakni pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan.²⁵

Selain peningkatan kualitas pelayanan melalui pelayanan prima, pelayanan yang berkualitas juga dapat dilakukan dengan konsep “layanan sepenuh hati”. Layanan sepenuh hati ini yakni yang berasal dari diri sendiri yang mencerminkan emosi, watak, keyakinan, nilai, sudut pandang, dan perasaan.

Dalam melakukan bisnis perlu adanya rambu-rambu yang ditegakkan secara jelas dan mengikat semua pelaku bisnis produsen, distributor dan konsumen. Semua ini ditunjukkan agar nilai kemanusiaan bisa menjadi _item yang terintegrasi dalam praktek ekonomi sehari-hari. Rambu itu adalah etika bisnis yang berisi aturan untuk dipatuhi oleh para pelaku bisnis agar tercipta keserasian dan ketemtraman dalam menjalankan peranan masing-masing.²⁶

Parasuraman, Zeithhaml, dan Beryy (1985) dalam Fandy tjiptomo , mengungkapkan lima faktor Internal atau penentu tingkat kepuasan yakni sebagai berikut:

- a. Keandalan (*Reability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama sekali.

²⁵ Sinambela, *Op. Cit*, hlm. 6

²⁶ Muhandis Natadiwirya, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Granada Press, 2007), hlm.66.

- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
- c. Jaminan (*Assurance*), berkenan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam membutuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
- d. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- e. Bukti fisik (*Tangibels*), berkenan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.²⁷

Berdasarkan pendapat yang dipaparkan sebelumnya, maka dapat dijelaskan bahwa suatu organisasi perlu mempertimbangkan kualitas pelayanan demi kemajuannya. Bagaimana mungkin organisasi atau perusahaan dapat menarik pelanggan bila mereka tidak memberikan pelayanan yang prima terhadap pelanggannya.

Memotivasi merupakan suatu hal yang pokok dan menjadi dorongan seseorang untuk bekerja. Pemberian motivasi adalah agar timbul kesadaran diri. Inilah yang perlu dilakukan oleh pemimpin untuk menumbuhkan kesadaran diri pada karyawan bahwa bekerja merupakan kebutuhan. Jika karyawan berpikir bahwa bekerja merupakan suatu kebutuhan maka akan timbul hal-hal sebagai berikut:

- a. Memotivasi untuk meningkatkan etos dan kualitas kerja, dan meningkatkan minat karyawan untuk terus mengembangkan dirinya. Maka akan timbul suasana berlomba-lomba mengembangkan perusahaan.
- b. Seorang pemimpin juga harus memotivasi unsur pengetahuan dan keterampilan karyawan. Perlu adanya program sekolah atau mengikuti

²⁷ Fandy Tjiptono, *Op.Cit*, hlm. 95.

pendidikan bagi karyawan. Dan programnya harus jelas dan semua karyawan berhak untuk mendapatkan program ini.

- c. Seorang pemimpin perlu memotivasi karyawannya dalam unsur ibadahnya, kegiatan ibadah karyawan perlu mendapat prioritas utama, sehingga dalam pekerja tumbuh kesadaran bahwa seorang karyawan itu bekerja tidak terlepas dari pengawasan Allah SWT.
- d. Seorang pemimpin perlu memotivasi kejujuran. Untuk menumbuhkan sikap jujur, karyawan harus diyakinkan bahwa dengan kejujuran, bisnis akan lebih mudah. Dengan kejujuran, bisnis jauh lebih sehat dan lebih baik.²⁸

Pemimpin sebuah perusahaan atau bisnis tertentu mestinya memberikan motivasi yang kuat pada karyawan dengan menanamkan nilai-nilai keagamaan, memberikan prioritas bagi karyawan untuk beribadah, menanamkan kejujuran dalam menjalankan bisnis. Seorang pengusaha harus jujur dalam menjalankan usahanya dan memberikan layanan yang maksimal pada pelanggan dan perhatian yang baik pula terhadap para karyawan.

C. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian mengenai etika Bisnis Islam yang telah dilakukan oleh banyak penelitian lain. Penelitian mengemukakan beberapa judul Etika Bisnis Islam, beberapa diantaranya :

1. Penelitian dilakukan oleh Sidiq Amalia Izzatin yang berjudul Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal dan diterbitkan oleh UIN Walisongo Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Tahun 2015. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa Boombu Hot resto Tegal telah menjalankan etika bisnis islam karena telah melakukan apa yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW dalam kegiatan bisnis yaitu sidiq, amanah, fathanah, tabliq yang tercermin dalam kegiatan sehari-hari.

²⁸ Didin Hafidhuddin Dan Hendri Tanjung, *Op, Cit*, hlm. 133-134.

Sedangkan pada penelitian ini telah menekankan pada prinsip etika bisnis Islam dan diajarkan Nabi Muhammad SAW.

2. Penelitian dengan judul Praktek Etika Bisnis Islam (studi kasus pada Toko santri Syariah Surakarta. Skripsi tersebut ditulis oleh Adimas Fahmi Firmansyah Jurusan Syariah dan Hukum Islam UIN Sunan Kalijaga 2013. Pada penelitian ini menggunakan 3 jalur analisa data, yaitu reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa data taksonomi yaitu analisa data yang berdasarkan pada fokus terhadap salah satu domain.
3. Penelitian dilakukan Siti Rohmah mengenai Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Sunan Kalijaga, penelitian dilakukan pada tahun 2014. Penelitiannya berisi bahwa dalam pelaksanaan kegiatan etika bisnis islam, hotel madani syariah sudah memenuhi kriteria etika bisnis islam dan standard nasional kategori hilal-q namun masih perlu ditingkatkan. Selain itu yang membedakan penelitian Siti Rohmah dnegan penelitian ini terletak pada subjek penelitian dan tujuan penelitian.
4. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek penelitian dan objek penelitian, dimana dalam penelitian ini menggunakan subjek penelitian di Minimarket Rahap Putra Klambu dan Objek penelitian pada penelitian ini pada stekholder Etika Bisnis Islam. Berikut tabel beberapa antara penelitian dengan penelitian sebelumnya untuk memudahkan untuk membacanya.

perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut :

No	Aspek	Penelitian Sidiq Amalia Izzati	Penelitian Siti Rohmah	Penelitian Adiman Fahmi	Penelitian Saat ini
1	Objek	Penerapan Etika Bisnis Islam	Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam	Praktek Etika Bisnis Islam	Penerapan Etika Bisnis Islam
2	Subjek	Boombu Hot Resto	Hotel Madani	Toko Santri Syariah	Minimarket Rahap Putra

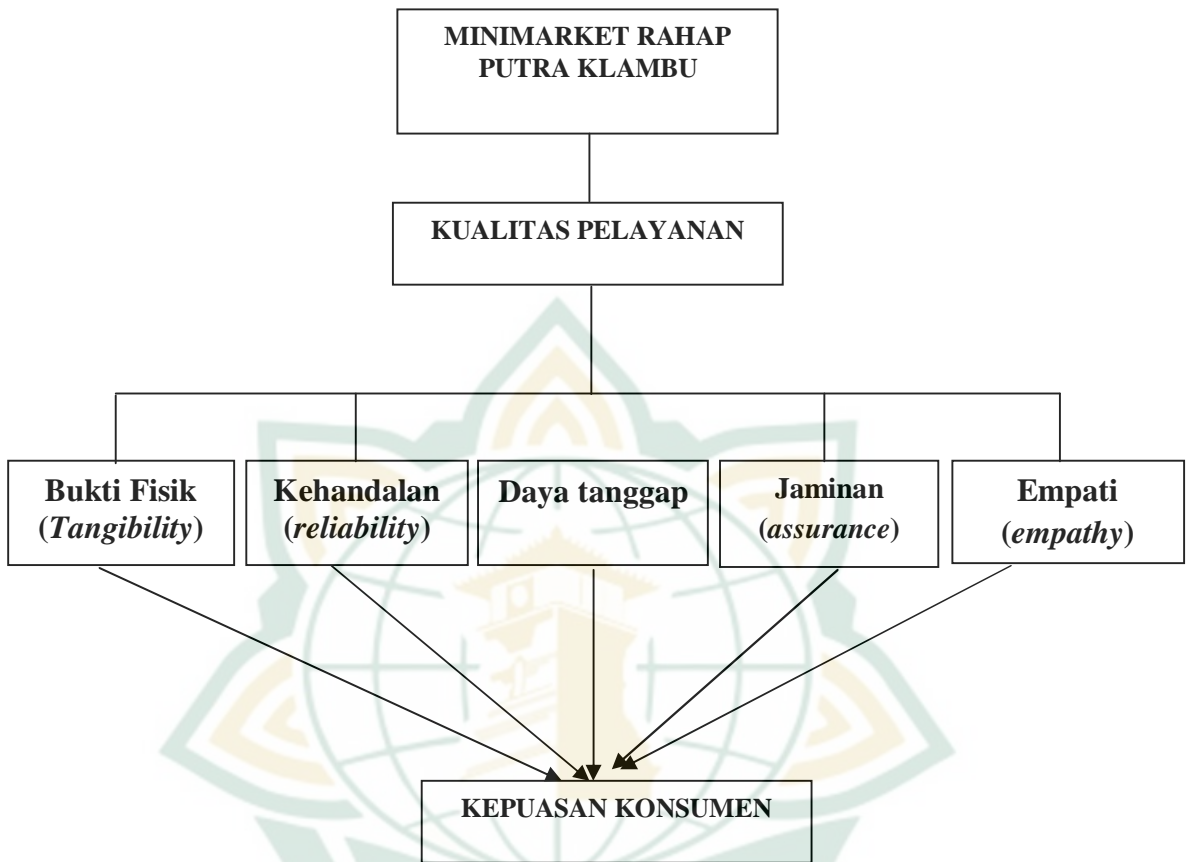
		Tegal	Syariah Yogyakarta	Surakarta	Klambu
3	Teori	Etika Bisnis	Etika Bisnis Islam	Etika bisnis	Etika Bisnis Islam
4	Analisis Data	Deskriptif Kualitatif	Deskriptif Kualitatif	Reduksi, Penyajian, Kesimpulan	Deskriptif Kualitatif
5	Metode	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif

D. Kerangka Berpikir

Dalam melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas sebuah bisnis. Khususnya pada kepuasan konsumen, penulis melihat bahwa faktor-faktor seperti : bukti fisik , daya tanggap, kehandalan, jaminan dan empaty merupakan bagian dari beberapa indikator dari kualitas pelayanan sebuah bisnis atau perusahaan untuk dilaksanakan. Dimana pada akhirnya faktor-faktor tersebut akan secara signifikan mengetahui daya beli masyarakat atau konsumen kepada perusahaan atau bisnis yang dijalankan.

Berhasil tidaknya sebuah bisnis akan tergantung pada konsep pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Semakin tinggi pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat ketergantungan atau kesetiaan konsumen terhadap produk atau jasa yang kita tawarkan.

Untuk memperjelas gambaran dari penelitian ini, berikut ini penulis menyajikan kerangka berfikir yang dapat mewakili dari isi secara umum dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2.1. Bagan Kerangka Berpikir

Dilihat dari kerangka sederhana diatas, nampak pelayanan sangat penting dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen baik dalam harapan maupun pengalaman.