

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti sekarang ini perusahaan dihadapkan pada sejumlah tantangan. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh suatu perusahaan adalah tantangan etika. Perusahaan yang berdiri dan beroperasi tentu saja harus mempertimbangkan etika yang dianut oleh karyawan dan masyarakat atau lingkungan. Apalagi ketika perusahaan bertumbuh melintasi batas daerah, negara, bahkan benua, masalah etika menjadi tantangan yang lebih serius. Tiap etnis, tiap negara, bahkan benua memiliki etika yang beragam yang berlaku di wilayahnya. Tentu saja perusahaan harus peduli dan memperhatikan etika dengan baik.¹

Etika merupakan seperangkat nilai tentang baik, benar, buruk, dan salah yang berdasarkan prinsip-prinsip moralitas, khususnya dalam perilaku dan tindakan. Sehingga etika merupakan salah satu faktor penting bagi terciptanya kondisi kehidupan manusia yang lebih baik. Etika dibutuhkan dalam bekerja ketika manusia mulai menyadari bahwa kemajuan di bidang bisnis telah menyebabkan manusia semakin tersisih dari nilai-nilai kemanusiaannya.²

Islam diantara agama-agama yang lain yang ada di dunia, adalah satu-satunya agama yang menjunjung tinggi nilai kerja. Islam menekankan bahwa apa yang didapat oleh seseorang adalah sesuai dengan jerih payahnya. Siapa yang lebih banyak pekerjaannya (amalnya) akan mendapatkan hasil (pahala) yang lebih besar pula.³ Allah memberikan penjelasan secara rinci dalam firman-Nya⁴:

¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen*, Andi Offset, Yogyakarta, 2013, hlm. 33-35.

² Ahmad Zainuri, *Pengaruh Etika Kerja dan Kepemimpinan Islam Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada KJKS/UJKS Koperasi Kab Pati)*, Skripsi IAIN Walisongo, 2011, hlm. 2-3.

³ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2015, hlm. 68.

⁴ Al-Qur'an dan Terjemahnya, Surat Al-Ahqaaf ayat 19, Departemen Agama RI, Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 504.

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا ۖ وَلِيُؤْتِيَهُمْ أَجْرَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ﴿١٩﴾

Artinya : “Bagi masing-masing manusia, derajatnya menurut apa yang telah mereka kerjakan dan Allah mencukupkan bagi mereka balasan atas pekerjaan-pekerjaan mereka, sedang mereka tidak dirugikan sedikitpun” (QS. Al-Ahqaaf ayat 19).

Demikian juga dalam Surat Ar-Rahman⁵, Allah menyatakan:

هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَنِ إِلَّا الْإِحْسَنُ ﴿٦٠﴾

Artinya : “Tidak ada balasan kebaikan kecuali kebaikan pula”.
(QS. Ar-Rahman ayat 60).

Sehingga, etika kerja adalah acuan yang dipakai oleh suatu individu atau perusahaan sebagai pedoman dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya, agar kegiatan yang mereka lakukan tidak merugikan individu atau lembaga yang lain. Acuan yang digunakan dalam menerapkan etika kerja adalah berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits.⁶

Maka dalam mengerjakan segala sesuatu, termasuk dalam hal bekerja, seorang karyawan muslim selalu melandasinya dengan mengharap ridha Allah. Ini berimplikasi bahwa ia tidak boleh melakukan sesuatu dengan sikap semena-mena, dan secara acuh tak acuh.⁷ Seorang karyawan perlu menghadirkan hati dan jiwanya dalam bekerja. Karyawan juga perlu menjaga dan menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam bekerja supaya dapat memberikan kontribusi yang maksimal bagi perusahaan.⁸

Karyawan memiliki serangkaian tugas yang harus dilakukan sesuai dengan uraian jabatan (*job description*) yang telah ditentukan oleh perusahaan.

⁵ Al-Qur'an dan Terjemahnya, Surat Ar-Rahman ayat 60, Departemen Agama RI, Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 533.

⁶ Ahmad Zainuri, *Op. Cit.*, hlm. 3.

⁷ Betri Sirajuddin dan Fadel Mitra Muhakko, *Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Komitmen Profesi Internal Auditor, Komitmen Organisasi dan Sikap Perubahan Organisasi pada Perbankan Syariah di Kota Palembang*, Jurnal I-Economic Volume 2 Nomor 2, Desember 2016, hlm. 6.

⁸ Farisul Adab dan Wahibur Rokhman, *Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Komitmen Organisasi, Retensi Karyawan dan Produktivitas*, Jurnal Equilibrium STAIN Kudus Volume 3 Nomor 1, Juni 2015, hlm. 50.

Kontribusi karyawan terhadap perusahaan adalah melalui pelaksanaan berbagai tugas dan kewajiban yang telah diberikan kepada mereka, dengan menggunakan berbagai kemampuan dan keahlian yang mereka miliki. Karyawan adalah sebagai pelaksana perusahaan, maka karyawan dalam lingkungan bagiannya dalam rangka memupuk loyalitas, disiplin, ketertiban, kerapian, dan etika. Maka dari itu etika harus dimiliki seorang karyawan untuk memelihara perusahaan dalam jangka panjang.⁹

Selain tantangan etika, tantangan mengenai kompetisi global juga tidak dapat dihindari. Daripada mencari jalan untuk menghindarinya, lebih baik perusahaan berupaya menghadapi dan mencari solusi dengan terus berusaha agar selalu memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk memenangkan persaingan.¹⁰ Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen.¹¹ Cepat atau lambat perusahaan harus memperbaiki kemampuannya untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaannya. Kiblat perusahaan pada dasarnya adalah para pelanggan, dan semua fungsi harus bekerjasama untuk melayani dan memuaskan konsumen.¹²

Konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument* (Belanda). Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang maupun jasa. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* bagi pemakai atau konsumen.¹³ Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu

⁹ Simorangkir, *Etika : Bisnis, Jabatan, dan Perbankan*, Rineka Cipta, Jakarta, 2003, hlm. 153-154.

¹⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Loc. Cit.*

¹¹ Fauzan dan Ida Nuryana, *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H.Slamet Di Kota Malang*, Jurnal Modernisasi Universitas Kanjuruhan Malang, Volume 10 Nomor 1, Februari 2014, hlm. 39.

¹² Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran*, Buku Daras STAIN Kudus, Kudus, 2008, hlm. 11.

¹³ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2001, hlm. 3.

setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.¹⁴

Kesetiaan konsumen tidak terbentuk dalam waktu singkat, tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman konsumen dari pembelian konsisten sepanjang waktu. Apabila sesuai dengan harapan maka proses pembelian akan terus berulang. Hal ini dapat dikatakan bahwa telah timbul kesetiaan konsumen. Namun, apabila dari pengalamannya konsumen tidak mendapatkan merek yang memuaskan, ia tidak akan berhenti untuk mencoba merek lain hingga ia mendapatkan produk atau jasa yang memenuhi kriteria yang mereka tetapkan.¹⁵ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelanggan adalah orang yang membeli (menggunakan dan sebagainya) barang secara tetap.¹⁶

Pada zaman globalisasi seperti sekarang ini pelanggan semakincerdas, sadarharga, banyak menuntut, kurang memaafkan, didekati oleh banyak produk, dan memiliki akses informasi yang lebih banyak tentang berbagai macam produk yang ditawarkan.¹⁷ Sehingga untuk memperoleh pelanggan yang setia tidaklah mudah. Saat ini banyak perusahaan yang berusaha untuk membangun ikatan, kesetiaan, dan jaringan dengan para pelanggannya. Hal ini dikarenakan banyak pesaing yang mencoba merebut pelanggan dengan banyak cara. Menurut Jeffrey Gitomer, perusahaan tidak perlu repot-repot menghasilkan pelanggan yang puas tetapi harus menghasilkan pelanggan yang setia. Karena jika perusahaan hanya terfokus pada kepuasan pelanggan saja maka akan banyak biaya dan tenaga yang dicurahkan sedangkan pelanggan sulit merasakan kepuasan yang hakiki.¹⁸

¹⁴ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 14.

¹⁵ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Pustaka Setia, Bandung, 2005, hlm. 240.

¹⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.web.id/langgan>, diakses 01 Mei 2018, pukul 17:00 WIB.

¹⁷ Ahmad Mardalis, *Meraih Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Benefit Universitas Muhammadiyah Surakarta Volume 9 Nomor 2, Desember 2005, hlm. 111.

¹⁸ Ekawati Rahayu Ningsih, *Op. Cit*, hlm. 27-28.

Perlu diketahui bahwa pelanggan yang puas tidak serta merta akan menjadi pelanggan yang loyal. Karena pada hakekatnya manusia memiliki rasa ingin tahu dan mencoba sesuatu yang baru. Oleh karena itu perlu ada strategi tepat supaya dapat menghalangi pelanggan untuk pindah ke produk pesaing. Misalnya saja dengan memberi diskon kepada pelanggan yang loyal. Halangan berpindah yang dibuat tentu saja dengan memperhatikan etika yang berlaku.¹⁹

Menurut penelitian sebelumnya dari Natalia Samuel tahun 2014 dengan judul “Pengaruh Etika Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Indomobil Trada Nasional”, hasil penelitian yang didapat menyimpulkan bahwa adanya hubungan dan pengaruh positif antara etika kerja karyawan PT Indomobil Trada Nasional terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik etika karyawan maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen.²⁰

Korelasi etika kerja dengan loyalitas pelanggan juga didukung oleh penelitian Radita Senja Maharani dan Adriyan Achyar tahun 2013 dengan judul “Pengaruh *Etichal Sales Behavior* Terhadap Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan pada Nasabah Bank Syariah”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *etichal sales behavior* berpengaruh positif dan langsung terhadap loyalitas pelanggan, artinya perilaku penjualan petugas bank syariah secara langsung dapat mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah.²¹

Adapun fenomena yang ada di zaman yang semakin modern ini, kebanyakan manusia bekerja hanya berorientasi pada dunia saja tanpa memikirkan ukhrawi sehingga banyak yang menghalalkan berbagai cara demi mendapatkan apa yang mereka inginkan. Padahal seharusnya antara dunia dan ukhrawi harus seimbang. Hal tersebut menunjukkan bahwa etika kerja sering

¹⁹ Ahmad Mardalis, *Op. Cit.*, hlm. 118.

²⁰ Natalia Samuel, *Pengaruh Etika Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Indomobil Trada Nasional*, Jurusan Marketing Communication Bina Nusantara University, Jakarta, 2014, hlm. 13.

²¹ Radita Senja Maharani dan Adriyan Achyar, *Pengaruh Etichal Sales Behavior Terhadap Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan pada Nasabah Bank Syariah*, Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 2013, hlm. 15.

diabaikan oleh karyawan. Sedangkan ada beberapa pihak yang beranggapan jika etika tidak diterapkan, maka dapat berimbas pada kontinuitas perusahaan.

Sehingga, jika tantangan etika dan tantangan persaingan tersebut dapat dikelola oleh suatu perusahaan dengan baik, maka perusahaan tersebut akan terus bertumbuh dan berkembang dalam keunggulan dan pada akhirnya akan memenangkan persaingan. Jika tidak, kontinuitas perusahaan akan terganggu dan perusahaan akan kalah dalam persaingan.²²

Zoya menjadi salah satu merek atau *brand* busana muslim ternama yang ada di Indonesia yang masih diminati serta masih menjadi pilihan oleh masyarakat hingga saat ini, khususnya masyarakat Kudus yang mayoritas beragama Islam. Padahal *brand* busana muslim yang ada di Indonesia pada umumnya, dan di Kudus pada khususnya tidak hanya Zoya saja. Diantara *brand* busana muslim lain yang ada antara lain: Rabbani, El-Zatta, dll.

Zoya tidak hanya memperhatikan etika bagi pelaku bisnisnya saja, namun Zoya juga mempertimbangkan etika kerja yang harus diterapkan oleh para karyawannya mulai dari cara karyawan berbusana, bersikap, berbicara (terutama terhadap pelanggan) telah diatur demi menjunjung tinggi nilai-nilai etika kerja berdasarkan ajaran Islam. Sehingga para karyawan di Outlet Zoya Kudus harus selalu menerapkan etika kerja yang baik dan benar, serta karyawan harus dapat menghindari dan meninggalkan segala hal yang tidak sesuai dengan etika kerja yang berlaku agar para pelanggan tidak kecewa atau pindah ke merek lain.

Namun manusia tidaklah sempurna. Jika menilik pada realita yang ada ternyata masih terdapat kekurangan atau permasalahan yang timbul seiring kurang siapnya sumber daya manusia, termasuk di Outlet Zoya Kudus. Dari wawancara yang dilakukan penulis kepada *supervisor* Zoya Kudus, diketahui bahwa masih terdapat karyawan yang kurang maksimal ketika bekerja sehingga terkadang masih ada kritik dari pelanggan yang menganggap bahwa etika kerja di Zoya Kudus belum diterapkan dengan baik, hal tersebut disebabkan karena terdapat karyawan yang kurang senyum dalam melayani,

²² Etta Mamang Sangadji dan Sopiiah, *Loc. Cit.*

dianggap judes dan cuek oleh pelanggan, sehingga menimbulkan perasaan kurang nyaman dan kurang puas dari diri pelanggan yang kemudian dapat memicu pelanggan untuk beralih ke pesaing. Padahal sumber daya manusia memiliki peranan yang sangat penting dalam keberhasilan dan kontinuitas perusahaan.

Dalam perusahaan yang berhasil seperti Zoya pasti memiliki pelanggan yang loyal. Berikut adalah data loyalitas pelanggan di Outlet Zoya Kudus:

Tabel 1.1
Loyalitas Pelanggan di Outlet Zoya Kudus

No.	Pembelian Per Tahun	Kategori	Jumlah persen
1.	1-5 kali pembelian / Tahun	Tidak loyalitas	13 %
2.	6-11 kali pembelian / Tahun	Sedang	36 %
3.	12-24 kali pembelian / Tahun	Loyalitas	51 %

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pengukuran pelanggan yang loyal dilihat dengan skala pembelian yang dilakukan. Pelanggan dikatakan loyal apabila ia melakukan pembelian 12-24 kali atau bahkan lebih dalam kurun waktu satu tahun. Data diatas menunjukkan jika Zoya Kudus memiliki pelanggan yang loyal sebanyak 51%.²³

Adapun berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada beberapa pelanggan, mereka menyatakan jika etika kerja yang diterapkan di Zoya Kudus sudah baik dan memperhatikan nilai-nilai Islam sehingga dapat menimbulkan kepuasan tersendiri di benak pelanggan dan pada akhirnya dapat mendorong getok tular serta dapat menciptakan loyalitas pada diri pelanggan. Ini artinya, etika kerja suatu perusahaan dapat menjadi faktor pendorong bagi pelanggan mengapa mereka dapat bersikap loyal terhadap Zoya dan tidak mau pindah ke *brand* atau merek yang lain. Etika kerja karyawan juga dapat mempengaruhi citra suatu perusahaan di mata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya, yang kemudian citra perusahaan tersebut juga

²³ Hasil dokumentasi peneliti di Outlet Zoya Kudus tanggal 02 September 2018, pukul 20:00 WIB.

dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, etika kerja karyawan di Outlet Zoya Kudus sangat perlu untuk diperhatikan guna meraih dan menjaga loyalitas pelanggan yang dimilikinya. Sehingga kontinuitas dan eksistensi Zoya, khususnya Zoya Kudus tetap terjaga.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai sejauh mana etika kerja karyawan yang diterapkan oleh Zoya Kudus demi mewujudkan dan menjaga loyalitas pelanggan. Sehingga dapat dilakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS ETIKA KERJA KARYAWAN DALAM MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus di Outlet Zoya Kudus)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, maka peneliti akan memfokuskan penelitian pada penerapan etika kerja karyawan di Outlet Zoya Kudus dalam menjaga loyalitas pelanggan perspektif Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah dipaparkan diatas, terdapat beberapa rumusan masalah yang menjadi sorotan bagi penulis. Bagian yang menjadi sorotan permasalahan bagi penulis antara lain:

1. Bagaimana penerapan etika kerja Islam di Outlet Zoya Kudus?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan perspektif Islam di Outlet Zoya Kudus?
3. Bagaimana peran implementasi etika kerja Islam dalam menjaga loyalitas pelanggan di Outlet Zoya Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan etika kerja Islam di Outlet Zoya Kudus
2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan perspektif Islam di Outlet Zoya Kudus

3. Untuk mengetahui peran implementasi etika kerja Islam dalam menjaga loyalitas pelanggan di Outlet Zoya Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan terkait dengan etika kerja karyawan dalam menjaga loyalitas pelanggan perspektif Islam
 - b. Dapat digunakan sebagai bahan acuan dasar pengembangan penelitian berikutnya terkait dengan penelitian ini.
2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan maupun evaluasi dalam upaya untuk menjaga kualitas perusahaan, khususnya dalam upaya untuk peningkatan etika kerja serta peningkatan dan penjagaan loyalitas pelanggan perusahaan.

F. Sistematika Penulisan

Skripsi yang disusun ini terdiri dari tiga bagian, yaitu:

1. Bagian muka

Pada bagian muka ini, memuat halaman sampul, judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, surat pernyataan, motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, abstrak, halaman daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian Isi

Bagian ini terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang kajian-kajian pustaka dari penulisan skripsi yang terdiri dari: pengertian etika kerja karyawan, teori etika, peran dan manfaat etika, standar umum etika, etika kerja Islam, sistem etika Islam, konsep dasar etika kerja Islam, dimensi etika kerja Islam, pengertian loyalitas pelanggan, prinsip-prinsip loyalitas, indikator loyalitas, faktor yang mempengaruhi loyalitas, mempertahankan loyalitas pelanggan, alasan menumbuhkan dan menjaga loyalitas, serta loyalitas dalam pandangan Islam. Disamping itu, dalam bab ini juga dicantumkan hasil penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode atau cara penulisan penelitian skripsi yang meliputi: jenis pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum Zoya Kudus, data penerapan etika kerja Islam di Outlet Zoya Kudus beserta analisisnya, data loyalitas pelanggan perspektif Islam di Zoya Kudus beserta analisisnya, data peran implementasi etika kerja dalam menjaga loyalitas pelanggan perspektif Islam di Outlet Zoya Kudus beserta analisisnya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini meliputi simpulan, keterbatasan penelitian, saran, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir meliputi: daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat pendidikan penulis.