

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Pustaka

1. Etika Kerja Karyawan

a. Pengertian Etika Kerja Karyawan

Memahami tentang etika, harus dipahami dari makna arti kata etika itu sendiri. Istilah etika berasal dari bahasa Yunani Kuno “*ethos*” yang dalam bentuk tunggal mempunyai arti yaitu kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir. Dalam bentuk jamak “*ta etha*” mempunyai arti adat kebiasaan. Arti dalam bentuk jamak ini pada akhirnya menjadi latar belakang istilah etika. Secara etimologis, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan. Etika dipahami sebagai ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk, dan tentang hak dan kewajiban moral. Menurut Sobur, secara lebih rinci, Bertens memberikan penjelasan mengenai etika dengan rincian sebagai berikut¹:

- 1) Etika merupakan nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan dalam kehidupan seseorang atau suatu kelompok yang digunakan untuk mengatur tingkah lakunya
- 2) Etika berarti kumpulan asas atau nilai moral.

Kumpulan asas atau nilai moral yang dimiliki oleh suatu masyarakat biasanya diaplikasikan dalam bentuk kode etik. Tujuannya untuk mempermudah masyarakat tersebut mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari

- 3) Etika memiliki arti ilmu tentang yang baik atau buruk.

Etika baru menjadi ilmu bila kemungkinan-kemungkinan etis (asas-asas dan nilai-nilai tentang yang dianggap baik dan buruk) yang begitu saja diterima dalam suatu masyarakat.

¹ Soeganda Priyatna dan Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Bisnis*, Widya Padjadjaran, Bandung, 2009, hlm. 187.

Mengacu kepada uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan tentang pengertian etika berdasarkan asal-usulnya,² yaitu:

- 1) Etika berarti akhlak, tabiat atau budi pekerti
- 2) Etika merupakan cabang ilmu filsafat yang menitikberatkan tentang kesusilaan
- 3) Etika merupakan perpaduan perilaku manusia sesuai dengan tata kesusilaan yang berlaku dalam kehidupan masyarakat dan lingkungannya
- 4) Etika berkembang sebagai nilai-nilai kesusialaan dan pedoman tingkah laku yang berlaku khusus pada jabatan tertentu. Dalam hal ini, istilah yang sering dipergunakan untuk menunjukkan pedoman tingkah laku yang berlaku pada jabatan khusus adalah kode etik.

Menurut kamus Webster, etika adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang apa yang baik dan buruk secara moral. Adapun etika adalah ilmu tentang kesusilaan yang menentukan bagaimana sepatutnya manusia hidup di dalam masyarakat yang menyangkut aturan-aturan, prinsip-prinsip yang menentukan tingkah laku yang benar, yaitu baik-buruk, dan kewajiban-tanggung jawab.³

Etika sebagai refleksi kritis rasional melihat dan merefleksi kehidupan manusia dengan mendasarkan diri pada norma dan nilai moral yang ada di satu pihak dan situasi khusus dari bidang kehidupan dan kegiatan khusus yang dilakukan oleh setiap orang atau kelompok dalam suatu masyarakat. Etika tidak lagi sekedar melihat perilaku dan kehidupan manusia sebagai manusia begitu saja, melainkan melihat perilaku dan kehidupan manusia sebagai manusia dalam bidang kehidupan dan kegiatan khusus tertentu.⁴ Etika pada taraf mikro yang difokuskan adalah individu dalam hubungan dengan ekonomi atau bisnis.

² *Ibid*, hlm. 188.

³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 24.

⁴ 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. 1.

Disini dipelajari tanggung jawab etis dari karyawan dan majikan, bawahan dan manajer, produsen dan konsumen, pemasok dan investor.⁵

Adapun pengertian kerja secara terminologi adalah setiap aktivitas yang dilakukan manusia secara sadar dan sengaja yang bertujuan untuk menghasilkan uang atau sesuatu yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan baik secara langsung maupun tidak langsung.⁶ Menurut Yusuf Qardhawi, bekerja adalah segala usaha maksimal yang dilakukan manusia, baik lewat gerak anggota tubuh ataupun akal untuk menambah kekayaan, baik dilakukan secara perorangan ataupun secara kolektif, baik untuk pribadi atau orang lain.⁷

Secara umum tujuan yang ingin dicapai melalui kerja adalah:

1) Memenuhi kebutuhan sendiri dan keluarga

Tanpa bekerja orang tidak mungkin dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, baik kebutuhannya sendiri maupun keluarganya. Manusia (kepala keluarga khususnya) harus bertanggungjawab untuk menghantarkan keluarganya menuju kesejahteraan.

2) Memenuhi ibadah dan kepentingan sosial

Dengan hasil usaha yang diperoleh dari kerja keras manusia dapat menjalankan bentuk-bentuk ibadah lainnya seperti membayar zakat, menunaikan haji. Disamping itu, harta juga memiliki nilai sosial misalnya untuk menyantuni orang-orang lemah, membantu pembangunan fasilitas umum.⁸

3) Mengatasi pengangguran

4) Bekerja untuk memakmurkan bumi, dan berbagai tujuan lainnya.⁹

Sedangkan karyawan merupakan kekayaan utama suatu perusahaan, karena tanpa keikutsertaan mereka aktivitas perusahaan tidak

⁵ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, Kanisius, Yogyakarta, 2013, hlm.33.

⁶ Moh Nurul Qomar, *Makna Kerja Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Irtifaq Volume 1 Nomor 2, 2014, hlm. 6.

⁷ *Ibid*, hlm. 7.

⁸ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2015, hlm. 73-76.

⁹ Sri Anafarhanah, *Keutamaan Bekerja (Produksi) dalam Islam*, Jurnal Alhadharah Ilmu Dakwah Volume 15 Nomor 30, Juli–Desember 2016, hlm. 37.

akan terjadi. Karyawan berperan aktif dalam menetapkan rencana, sistem, proses, dan tujuan yang ingin dicapai.¹⁰ Karyawan memiliki serangkaian tugas yang harus dilakukan sesuai dengan uraian jabatan (*job description*) yang telah ditentukan oleh perusahaan. 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 etika harus dimiliki seorang karyawan untuk memelihara perusahaan dalam jangka panjang. Dengan etika, perusahaan akan dapat menambah pelanggan dan menciptakan kepuasan serta loyalitas.¹¹

Sehingga etika kerja karyawan merupakan rumusan penerapan nilai-nilai etika yang berlaku di lingkungan kerja, dengan tujuan untuk mengatur tata krama aktivitas para karyawan, agar mencapai tingkat efisiensi dan produktifitas yang maksimal suatu perusahaan.¹²

Etika kerja bertujuan agar seorang karyawan selain piawai, terampil, memiliki integritas profesional, juga memiliki integritas moral. Sosok karyawan yang memiliki kompetensi dan karakter yang mampu melahirkan etos kerja dan kesan positif di hati individu maupun publik. Karyawan dapat bekerja dengan hati terbuka dan rasa nyaman, tidak stres, dan tidak ketakutan, kreativitas dan produktivitas pun dapat terekspresikan dengan sebaik-baiknya sehingga efisiensi dan efektivitas kerjanya dapat maksimal. Karyawan berusaha selalu memahami dan mengimplementasikan secara konsisten dan sepenuh hati, sebab dalam etika kerja mengandung nilai-nilai kebaikan, kearifan, kepuasan,

¹⁰ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara, Jakarta, 2011, hlm. 12.

¹¹ Simorangkir, *Etika : Bisnis, Jabatan, dan Perbankan*, Rineka Cipta, Jakarta, 2003, hlm. 153-154.

¹² Erni R. Ernawan, *Business Ethics*, Alfabeta, Bandung, 2007, hlm. 69.

kebahagiaan dan dapat meningkatkan kualitas kemanusiaan sebagai seorang profesional.

Etika kerja merupakan bagian dari budaya perusahaan. Etika kerja yang dilandasi prinsip dasar perusahaan serta nilai yang hidup didalamnya akan melahirkan nilai budaya yang hakiki dan merupakan kunci sukses dari keberhasilan perusahaan dalam berinteraksi dengan publiknya.¹³

b. Teori Etika

Beberapa teori yang dewasa ini paling penting dalam pemikiran moral, antara lain:

1) Utilitarianisme

Menurut teori ini suatu perbuatan adalah baik jika membawa manfaat, tetapi manfaat itu harus menyangkut masyarakat secara keseluruhan bukan hanya satu atau dua orang. Utilitarianisme sangat menekankan pentingnya konsekuensi perbuatan dalam menilai baik buruknya. Kualitas moral atau baik buruknya suatu perbuatan tergantung pada konsekuensi atau akibat yang dibawakan olehnya. Jika suatu perbuatan mengakibatkan manfaat paling besar, artinya paling memajukan kemakmuran, kesejahteraan, dan kebahagiaan masyarakat, maka perbuatan itu adalah baik. Sebaliknya, jika perbuatan membawa lebih banyak kerugian daripada manfaat, maka perbuatan tersebut dinilai buruk.¹⁴

2) Deontologi

Menurut teori ini yang menjadi dasar bagi baik buruknya perbuatan adalah kewajiban. Perbuatan tidak pernah menjadi baik karena hasilnya baik, melainkan hanya karena wajib dilakukan. Sehingga, deontologi selalu menekankan bahwa perbuatan tidak dihalalkan karena tujuannya. Tujuan yang baik tidak menjadikan perbuatan itu

¹³ Soeganda Priyatna dan Elvinaro Ardianto, *Op. Cit*, hlm. 198.

¹⁴ K. Bertens, *Op. Cit*, hlm. 63-64.

baik. Kita tidak boleh melakukan sesuatu yang jahat supaya dihasilkan sesuatu yang baik. Misalnya kita tidak boleh mencuri atau berdusta untuk membantu orang lain.¹⁵

3) Teori Hak

Teori hak merupakan suatu aspek dari teori deontologi, karena hak berkaitan dengan kewajiban. Kewajiban satu orang biasanya juga hak dari orang lain. Dalam hal janji misalnya, jika saya berjanji sesuatu kepada teman, saya berkewajiban untuk menepati janji saya, sedangkan teman itu berhak bahwa saya melakukan apa yang saya janjikan sesuai dengan hak orang lain.

4) Teori Keutamaan

Teori ini memandang sikap atau akhlak seseorang. Tidak ditanyakan: apakah suatu perbuatan tertentu adil, atau jujur, atau murah hati, melainkan apakah orang itu bersikap adil, jujur, murah hati, dan sebagainya. Keutamaan dapat didefinisikan sebagai disposisi watak yang telah diperoleh seseorang dan memungkinkan dia untuk bertingkah laku baik secara moral. Kebijakan misalnya merupakan suatu keutamaan yang membuat seseorang mengambil keputusan tepat dalam setiap situasi. Keadilan adalah keutamaan lain yang membuat seseorang selalu memberikan kepada sesama apa yang menjadi haknya. Kerendahan hati adalah keutamaan yang membuat seseorang tidak menonjolkan diri sekalipun situasi mengizinkan. Suka bekerja keras adalah keutamaan yang membuat seseorang mengatasi kecenderungan spontan untuk bermalas-malasan.¹⁶

c. Peran dan Manfaat Etika

Etika memiliki peran yang sangat besar dalam kehidupan manusia. Beberapa peran yang dimiliki oleh etika diantaranya adalah:

¹⁵ *Ibid*, hlm. 66.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 69-71.

- 1) Etika mendorong dan mengajak setiap individu untuk bersikap kritis dan rasional dalam mengambil keputusan berdasarkan pendapatnya sendiri yang dapat dipertanggungjawabkannya. Pada tataran ini tidak ada campur tangan dari individu yang lain karena secara sadar setiap individu berusaha untuk memutuskan berdasarkan pendapatnya sendiri.
- 2) Etika dapat mengarahkan masyarakat untuk berkembang menjadi masyarakat yang tertib, teratur, damai dan sejahtera dengan menaati norma-norma yang berlaku demi terciptanya ketertiban dan kesejahteraan sosial.¹⁷

Manusia hidup dalam jaringan norma moral, religius, hukum, kesopanan, dan adat istiadat. Oleh karena itu, manusia harus siap mengorbankan sedikit kebebasannya. Norma moral memberikan kebebasan bagi manusia untuk bertindak sesuai dengan kesadaran akan tanggung jawabnya. Menaati norma moral berarti menaati diri sendiri, sehingga manusia menjadi otonom. Sekalipun sudah ada norma hukum, etika tetap diperlukan karena¹⁸:

- 1) Norma hukum tidak menjangkau wilayah abu-abu
- 2) Norma hukum cepat ketinggalan zaman, sehingga sering terdapat celah-celah hukum
- 3) Norma hukum sering tidak mampu mendeteksi dampak secara etis di kemudian hari
- 4) Etika mempersyaratkan pemahaman dan kepedulian tentang kejujuran, keadilan, dan prosedur yang wajar terhadap manusia, dan masyarakat
- 5) Asas legalitas harus tunduk pada asas moralitas.

¹⁷ Soeganda Priyatna dan Elvinaro Ardianto, *Op.Cit*, hlm. 188-189.

¹⁸ Ketut Rindjin, *Etika Bisnis dan Implementasinya*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004, hlm. 39-40.

d. Standar Umum Etika

Ada beberapa standar umum mengenai etika, antara lain ajaran tentang:

1) Keadilan

Menghindari monopoli, keserakahan, tidak mengakui hak orang lain.

2) Kejujuran

Informasi yang benar mengenai harga, kualitas barang, dan kuantitasnya.

3) Hak asasi manusia

Memberikan upah tepat waktu, tidak melakukan pungli, dan sebagainya.

4) Menepati janji

5) Mengikuti aturan main.¹⁹

2. Etika Kerja Islam

a. Pengertian Etika Kerja Islam

Islam mewajibkan setiap muslim khususnya yang memiliki tanggung jawab untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia berusaha memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah. Allah SWT menerangkan tentang harta sebagai karunia-Nya dan memerintahkan kepada manusia untuk bekerja dan berusaha.²⁰

Menurut Ziauddin Sardar dan Muhammad Nafik mengutip pendapat Qardhawi bahwa dibolehkannya bekerja sebagai pegawai adalah dengan syarat apabila tugas itu tidak menimbulkan madharat bagi kaum muslimin. Oleh karena itu, tidak halal seorang muslim menjadi pegawai atau menjadi prajurit yang memerangi kaum muslimin. Tidak halal pula dia bekerja pada suatu perusahaan atau pabrik yang memproduksi senjata untuk memerangi kaum muslimin. Artinya, seorang muslim tidak boleh bekerja sebagai pegawai suatu lembaga yang memusuhi Islam dan memerangi kaum muslimin. Qardhawi juga

¹⁹ Redi Panuju, *Komunikasi Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1995, hlm 78.

²⁰ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2014, hlm. 75.

menjelaskan demikian pula halnya orang yang bekerja sebagai pegawai yang tugasnya membantu tindakan kedhaliman atau sesuatu yang haram, maka hukumnya adalah haram. Seperti orang yang bekerja dalam suatu pekerjaan yang berkaitan dengan praktik riba atau di tempat pembuatan khamr, di tempat dansa, atau di tempat-tempat permainan yang bertentangan dengan norma-norma syari'at dan sebagainya.²¹

Dalam Islam, kemuliaan seorang manusia itu bergantung kepada apa yang dilakukannya. Sehingga suatu pekerjaan yang mendekatkan seseorang kepada Allah adalah sangat penting serta patut untuk diberi perhatian dan *reward* yang setimpal.

Menurut Asyraf A. Rahman, istilah kerja dalam Islam bukanlah semata-mata merujuk kepada mencari rezeki untuk menghidupi diri dan keluarga dengan menghabiskan waktu siang maupun malam, dari pagi hingga sore, terus menerus tak kenal lelah, tetapi kerja mencakup segala bentuk amalan atau pekerjaan yang mempunyai unsur kebaikan dan keberkahan bagi diri, keluarga dan masyarakat sekelilingnya serta negara.²²

Menurut Yusuf Qardhawi yang terdapat dalam buku Mardani, bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakannya. Dengan bekerja manusia dapat melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang besar. Demikian pula dengan bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangga. Semua bentuk yang diberkahi oleh agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja.²³

²¹ Ziauddin Sardar dan Muhammad Nafik, *Kesejahteraan dalam Perspektif Islam pada Karyawan Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Volume 3 Nomor 5, Mei 2016, hlm. 4.

²² Moh Nurul Qomar, *Op. Cit*, Jurnal Irtifaq Volume 1 Nomor 2, 2014, hlm. 8.

²³ Mardani, *Op. Cit*, hlm. 75.

Adapun ayat Al Qur'an yang memerintahkan dan menjelaskan tentang perintah bekerja, diantaranya:

1) QS. Al-Jumu'ah (62) ayat 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: "Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung".²⁴

2) QS. At-Taubah (9) ayat 105

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: "Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan".²⁵

3) QS. An-Naba (78) ayat 11

وَجَعَلْنَا الْيَوْمَ مَعَاشًا ﴿١١﴾

Artinya: "Dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan".²⁶

Etika dalam istilah umum adalah ukuran perilaku yang baik. Bahkan ada yang berpendapat bahwa Islam itu akhlak karena mengatur

²⁴ Al-Qur'an dan Terjemahnya Surat Al-Jumu'ah ayat 10, Departemen Agama RI, Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 554.

²⁵ Al-Qur'an dan Terjemahnya Surat At-Taubah ayat 105, Departemen Agama RI, Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 203.

²⁶ Al-Qur'an dan Terjemahnya Surat An-Naba ayat 11, Departemen Agama RI, Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 582.

semua perilaku manusia mulai dari tidur, masuk toilet, sampai pada ekonomi, bisnis, dan politik. Etika atau moral dalam Islam merupakan buah dari keimanan, keislaman, dan ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT. Islam diturunkan Allah pada hakikatnya adalah untuk memperbaiki akhlak atau etika yang baik.²⁷

Dalam Islam, tidak ada pemisahan antara ekonomi dengan akhlak sebagaimana yang dikemukakan oleh Yusuf Qardhawi bahwa: “hal yang membedakan antara sistem Islam dengan sistem agama lain adalah antara ekonomi dan akhlak tidak pernah terpisah sama sekali, seperti halnya tidak pernah terpisah antara ilmu dengan akhlak, antara politik dengan akhlak, dan antara perang dengan akhlak. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islami”.²⁸ Kesatuan antara ekonomi dan akhlak akan terlihat diberbagai langkah yang berkaitan dengan motivasi ekonomi dan bisnis, produksi, distribusi, iklan, konsumsi, dan sebagainya. Sebagai kegiatan setiap muslim dan beriman, baik sebagai pribadi, pengusaha, pimpinan negara, maupun masyarakat, dibatasi oleh ketentuan syariat.²⁹

Etika kerja Islam patut untuk mendapatkan perhatian karena merupakan hal yang ideal dimana seorang muslim berusaha untuk mewujudkannya. Konsep etika Islam memiliki karakter atau ciri khusus yaitu mengatur tentang bagaimana hubungan manusia dengan Tuhan, dengan sesama manusia, dengan lingkungan, dan masyarakat. Etika Islam bersumber pada firman Allah SWT yang autentik, yaitu Al-Quran dan Hadits yang merupakan contoh-contoh dari kehidupan Nabi Muhammad SAW, serta Ijma dan Qiyas. Hukum dan ketetapan etika

²⁷ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Salemba Empat, Jakarta, 2011, hlm. 69-70.

²⁸ *Ibid*, hlm. 76.

²⁹ *Ibid*, hlm. 78.

dapat dijadikan pegangan dan pedoman hidup, yaitu berlandaskan pada dasar-dasar moral yang ditetapkan oleh Allah SWT.³⁰

Menurut Rini Irianti Sundry mengutip pendapat dari Rusydi, ajaran Islam yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadits sebagai pedoman yang bersifat universal, menggariskan norma-norma etika dalam bekerja dan berusaha sebagai berikut:

1) Niat yang baik

Karena niat sangat menentukan terhadap nilai suatu kerja, maka niat harus betul-betul tulus dan ikhlas. Niat bekerja harus didasarkan karena Allah. Bila niat ditujukan karena Allah, maka akan memiliki dimensi ibadah, yang tentunya akan mendapat imbalan pahala dari Allah SWT, disamping imbalan materi sebagai hasil kerjanya.

2) Tidak melalaikan kewajibannya kepada Allah SWT

Sebagai makhluk Tuhan yang diberikan kesempurnaan ciptaan, manusia mempunyai seperangkat kewajiban kepada Allah SWT dalam bentuk ibadah, sehingga setiap pekerjaan yang dilakukan manusia tidak sampai melalaikan ibadah kepada Allah. Ini berarti bahwa dalam bekerja, selalu mengindahkan norma-norma yang telah digariskan Allah SWT, batas mana yang boleh dan mana yang tidak boleh dikerjakan.

3) Suka sama suka antara pihak-pihak yang bersangkutan.

Etika suka sama suka ini merupakan satu isyarat bahwa betapa pentingnya hubungan yang harmonis antara pedagang dengan pembeli, antara produsen dengan konsumen, antara buruh dengan majikan dan antara bawahan dengan atasan karena kedua belah pihak itu saling membutuhkan. Dalam etika suka sama suka juga tersirat adanya pengakuan terhadap hak asasi manusia dalam arti yang luas. Secara sederhana, hak-hak pekerja harus mendapat perlindungan, kompetisi dalam setiap kehidupan dan profesi memang diakui dalam

³⁰ Faizal Nurmatias, *Pengaruh Etika Kerja Islam, Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai*, Jurnal Tamaddun Ummah Volume 1 Nomor 1, ISSN : 2477 – 3131, Oktober 2015, hlm. 7.

Islam, tetapi harus dengan cara yang sehat (*fair*), tidak mengorbankan hak dan kepentingan orang lain.

4) Dilandasi akhlak dan mental yang baik

Setiap aktivitas atau pekerjaan yang Islami harus dilandasi oleh akhlak yang mulia, karena itu para pekerja atau pegawai, pedagang ataupun pekerjaan lainnya harus mempunyai akhlak dan sikap mental yang baik.

5) Tidak melakukan kecurangan

Islam sangat mencela perbuatan curang dalam praktek usaha atau dalam melaksanakan pekerjaan, karena akan merugikan dan membahayakan bagi orang lain. Setiap pekerjaan harus secara jujur, jauh dari kecurangan, berbagai bentuk kecurangan dilakukan oleh pribadi atau kelompok yang berpangkal dari kepribadian yang tidak dilandasi akhlaqul karimah. Pembentukan akhlak melalui pendidikan baik pendidikan formal maupun non formal harus dapat diselenggarakan, terlebih jika dikaitkan dengan diutusnya Muhammad sebagai Nabi dan Rasul untuk memperbaiki akhlak manusia. Dan eksistensi suatu bangsa sangat ditentukan oleh akhlak, dan keruntuhan akhlak juga merupakan pertanda keruntuhan suatu bangsa.

6) Menerapkan administrasi yang baik dan manajemen yang tepat

Administrasi yang baik dan manajemen yang tepat sangat menentukan keberhasilan seseorang ataupun kelompok, terutama dalam dunia yang telah modern seperti saat ini. Kedua-duanya betul-betul sangat menentukan kredibilitas seorang pekerja, organisasi ataupun lembaga.

7) Obyek pekerjaan/usaha yang halal

Halal disini dari segi agama, artinya tidak boleh melakukan pekerjaan yang dilarang oleh agama, misalnya memperjualbelikan barang yang diharamkan oleh agama seperti minuman keras. Selain itu dilarang pula mengusahakan sesuatu yang lebih banyak mendatangkan

mudharat, melainkan harus usaha atau pekerjaan yang mendatangkan banyak manfaat bagi dirinya dan masyarakat banyak.³¹

b. Sistem Etika Islam

Sistem etika Islam merupakan suatu sistem yang unik, karena sistem etika Islam tidak memisahkan sistem etika dengan agama dan Islam menekankan pada keseimbangan kehidupan dunia dan akhirat, jadi ada tuntutan untuk melakukan suatu tindakan yang proporsional dan pengawasan tindakan, karena meyakini bahwa tindakan yang dilakukan di dunia akan selalu mendapatkan implikasi di kehidupan akhirat. Menurut Beekun dalam Arijo Isnoer Narjono terdapat beberapa parameter kunci untuk sistem etika Islam, yaitu:

- 1) Perilaku dinilai etis bergantung pada niat baik masing-masing individu
- 2) Niat yang baik harus diikuti oleh perbuatan yang baik
Niat baik tidak dapat mengubah perbuatan haram menjadi halal
- 3) Islam memberikan kebebasan individu untuk mempercayai sesuatu atau berbuat sesuatu, selama tidak mengorbankan nilai tanggungjawab dan keadilan
- 4) Harus ada kepercayaan bahwa Allah memberikan kepada individu pembebasan yang komplit, dari suatu atau siapa pun selain Allah
- 5) Keputusan mengenai keuntungan mayoritas atau minoritas tidak diperlukan. Sebab etika bukanlah permainan angka.
- 6) Islam menggunakan sistem pendekatan terbuka kepada etika, tidak tertutup atau *self-oriented system*. Tak ada egoisme dalam Islam.³²

c. Konsep Dasar Etika Kerja Islam

Menurut Beekun yang dikutip Sofyan Harahap dalam bukunya menjelaskan ada lima hal yang mendasari etika kerja Islam, yaitu:

³¹ Rini Iriani Sundary, *Internalisasi Prinsip-Prinsip Islam Tentang Etika Kerja dalam Perlindungan Hak Pekerja dan Pelaksanaan Hak Atas Pekerjaan*, Jurnal Syiah Hukum UNISBA Volume XII Nomor 2, Juli 2010, hlm. 4-8.

³² Arijo Isnoer Narjono, *Etika Islam Dan Motivasi Kerja (Islam Ethics And Employee Motivation)*, Jurnal JibekaSTIE ASIA Malang Volume 7 Nomor 2, Agustus 2013, hlm. 9.

1) *Unity* (kesatuan)

Ini adalah konsep keesaan Allah (tauhid) yang berarti semua aspek dalam hidup dan mati terkait dengan Allah sebagai bentuk hubungan vertikal antara manusia dan Tuhannya. Sebagai seorang muslim harus melihat bahwa segala sesuatu yang ada di dunia ini adalah milik Allah dan akan dikembalikan pada-Nya

2) *Equilibrium* (adil, keseimbangan, harmoni)

Semua aspek kehidupan harus seimbang agar dapat menghasilkan keteraturan dan keamanan sosial sehingga kehidupan manusia di dunia dan di akhirat nanti melahirkan harmoni dan keseimbangan

3) *Free will* (kebebasan berkehendak)

Setiap manusia diberi kebebasan untuk berbuat atau mengerjakan sesuatu sesuai dengan keinginannya. Tetapi Allah memberikan koridor yang boleh dan tidak boleh. Allah juga menurunkan Rasul-Nya untuk memberikan peringatan dan kabar gembira. Pelanggaran terhadap aturan Allah akan dimintai pertanggungjawaban.

4) *Responsibility* (tanggung jawab)

Karena kebebasan yang diberikan diatas, maka manusia harus memberikan pertanggungjawabannya nanti di hadapan Allah atas segala keputusan dan tindakan yang dilakukannya.

5) *Benevolence* (ihsan)

Semua keputusan dan tindakan harus membawa keuntungan atau kemanfaatan, baik di dunia maupun di akhirat nanti. Islam tidak membenarkan setiap tindakan yang dapat menimbulkan kerusakan terhadap diri, masyarakat, bahkan makhluk hidup lain seperti binatang, tumbuhan, dan alam.³³

d. Dimensi Etika Kerja Islam

Beberapa penelitian mengenai etika kerja Islam hanya menguji konsep secara garis besarnya saja tanpa memberikan definisi untuk

³³ *Ibid*, hlm. 78-79.

dimensi etika kerja Islam. Chanzanagh dan Akbarnejad mengembangkan model multi dimensi etika kerja Islam agar lebih terlihat perbedaannya dengan etika kerja Protestan. Menurut Chanzanagh & Akbarnejad menjelaskan ada tujuh dimensi etika kerja Islam yaitu:

1) *Work Intention*

Adalah niat dalam melakukan suatu pekerjaan. Pekerjaan yang terpuji dalam kegiatan ekonomi merupakan bagian dari perbuatan baik, yang memiliki posisi utama dalam ekonomi Islam dilakukan dengan maksud untuk mendekatkan diri dan meningkatkan iman kepada Allah. Sehingga maksud diatas kegiatan ekonomi dalam Islam yaitu untuk mencapai ridha Allah.

2) *Trusteeship*

Kepercayaan (amanah) adalah anjuran bagi umat muslim agar memiliki modal sosial yang besar dalam hubungan sosio-ekonomi. Islam menganjurkan umat muslim untuk amanah tidak hanya pada aktifitas ekonomi akan tetapi juga pada seluruh aspek kehidupan.

3) *Work Type*

Dalam Islam perdagangan (bisnis) merupakan kegiatan yang paling banyak mendatangkan keberkahan. Banyaknya tipe pekerjaan mengharuskan umat muslim untuk memilih yang sesuai dengan kapasitas dan jangan sampai bertentangan dengan syariat Islam.

4) *Work Results for Islamic Ummah*

Dalam Islam, aktivitas ekonomi yang tidak menghasilkan keuntungan untuk umat Islam secara spesifik atau jika aktivitas ini merugikan saudara yang beragama lain sangat tidak dianjurkan. Sehingga kegiatan ekonomi yang benar adalah yang menguntungkan, memberikan kekuatan dan potensi bagi umat Islam. Integritas muslim adalah bentuk ekspresi dari *Islamic ummah*. Aktivitas yang dilakukan tidak boleh merugikan dan tidak bermanfaat bagi sesama muslim. Oleh karena itu, aktivitas ekonomi memberi kekuatan dan potensi untuk persaudaraan dan persatuan umat muslim. Inilah yang dikatakan

bahwa pekerjaan memberi hasil untuk *Islamic ummah*. Oleh karena itu, kebersamaan dan integritas sangatlah penting dalam prinsip Islam.

5) *Justice and Fairness*

Bentuk kedekatan diri pada Tuhan dapat dicerminkan melalui kebenaran dan keadilan. Kebenaran dan keadilan dalam ekonomi Islam memberi kesejahteraan untuk seluruh umat. Islam sangat melarang pengumpulan kekayaan melalui jalan yang tidak baik atau haram. Keadilan yang diterapkan akan menjadikan hubungan antar muslim menjadi kuat dan menghilangkan jarak atau perbedaan kelas sosial.

6) *Cooperation & Collaboration*

Dalam Islam, masyarakatnya dianjurkan untuk saling membantu dan bekerjasama khususnya dalam aktivitas ekonomi dan hal tersebut diakui sebagai salah satu ciri orang-orang yang saleh. Saling membantu dan bekerjasama dalam pekerjaan akan membantu meningkatkan *teamwork* dan dapat mendukung peningkatan produktivitas pada perusahaan. Semangat kebersamaan dan kesatuan dalam Islam mempengaruhi seluruh aspek kehidupan. Islam menganjurkan untuk saling bekerjasama dalam aktivitas ekonomi sebagai bukti ketaqwaan seorang muslim. Hasilnya, kebersamaan dan kesatuan akan berakhir pada produktivitas yang tinggi bagi tercapainya *Islamic ummah*.

7) *Work as the only source of ownership*

Bekerja adalah satu-satunya cara dalam sistem pemerataan kekayaan dalam Islam, dan setiap orang muslim tentunya akan mendapatkan kekayaan dari hasil pekerjaannya sendiri jika itu semua dilakukan dengan sungguh-sungguh. Namun sebaliknya, hal ini akan berbeda hasilnya jika tidak dikerjakan dengan sungguh-sungguh dan penuh motivasi.³⁴

³⁴ Faizal Nurmatias, *Op. Cit*, hlm. 7-8.

3. Loyalitas Pelanggan

a. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas merupakan istilah kuno yang secara tradisional telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan konsumen terhadap suatu produk atau merek tertentu. Dalam konteks bisnis, loyalitas merupakan kesediaan konsumen untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya.³⁵

Pengertian loyalitas secara harfiah diartikan sebagai kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. 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 konsistensi yang tinggi. Ini berarti loyalitas selalu berkaitan dengan preferensi pelanggan dan pembelian aktual.³⁶

Menurut Oliver, loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.³⁷

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan bentuk kesetiaan seseorang serta

³⁵ Andi Mardiana dan Nur Ain Kasim, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Butik Busana Muslim Anisa Kota Gorontalo*, Jurnal Li Falah Studi Ekonomi dan Bisnis Islam Volume I Nomor 2, Desember 2016, hlm. 138.

³⁶ Ahmad Mardalis, *Meraih Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Benefit Universitas Muhammadiyah Surakarta Volume 9 Nomor 2, Desember 2005, hlm. 111-112.

³⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Andi Offset, Yogyakarta, 2013, hlm. 104.

perilaku seseorang untuk mau dan bersedia merekomendasikan apa yang ia rasakan kepada orang lain sebagai bentuk dari kecintaan dan kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan serta perilaku murni yang muncul dari benak pelanggan sehingga tidak bisa dipaksakan. Loyalitas adalah suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang. Sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian produk ditempat yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan tindakan perpindahan tempat.³⁸

b. Prinsip-Prinsip Loyalitas

Kotler mengemukakan bahwa pada hakikatnya loyalitas pelanggan dapat diibaratkan sebagai perkawinan antara perusahaan dan publik, terutama pelanggan inti. Jalinan relasi ini akan berlangsung jika dilandasi sepuluh prinsip pokok loyalitas pelanggan berikut:

- 1) Kemitraan yang didasarkan pada etika dan integritas utuh
- 2) Nilai tambah (kualitas, biaya, teknologi, dan sebagainya) dalam kemitraan antara pelanggan dan pemasok
- 3) Sikap saling percaya antara manajer dan karyawan, serta antara perusahaan dan pelanggan inti.
- 4) Keterbukaan antara pelanggan dan pemasok
- 5) Saling membantu secara aktif dan konkret
- 6) Bertindak berdasarkan semua unsur antusiasme konsumen

Untuk produk fisik, unsur-unsur itu meliputi kualitas, keseragaman, keandalan, ketergantungan, keterpeliharaan, diagnosis, ketersediaan, kinerja teknis, dll. Untuk efektifitas operasional, unsur-unsur itu meliputi layanan sebelum penjualan, layanan sesudah penjualan, pengiriman, harga nilai jual kembali, dan reputasi. Sementara untuk

³⁸ Andi Mardiana dan Nur Ain Kasim, *Op. Cit*, hlm. 139.

jasa, unsur-unsur tersebut terdiri atas kualitas, ketepatan waktu, ketergantungan, kekooperatifan, dan komunikasi.

- 7) Fokus pada faktor-faktor tak terduga yang bisa menghasilkan kesenangan pelanggan (*customer delight*)
- 8) Kedekatan dengan pelanggan internal dan eksternal
- 9) Tetap membina relasi dengan pelanggan pada tahap purna beli
- 10) Antisipasi kebutuhan dan harapan pelanggan di masa datang.³⁹

c. Indikator Loyalitas

Tjiptono mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu :

- 1) Pembelian ulang
- 2) Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut
- 3) Selalu menyukai merek tersebut
- 4) Tetap memilih merek tersebut
- 5) Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik
- 6) Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.⁴⁰

d. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas

1) Kepuasan Pelanggan

Definisi kepuasan yang terdapat dalam berbagai literatur cukup beragam. Kotler mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya. Wilkie mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional yang positif pada evaluasi terhadap pengalaman dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Lain halnya dengan Engel yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah pembelian di mana produk yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil

³⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Op. Cit*, hlm. 109.

⁴⁰ *Ibid*, hlm. 115.

tidak memenuhi harapan. Dari berbagai definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan prestasi atau hasil yang dirasakan.⁴¹ Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, yang kemudian akan berpengaruh terhadap profitabilitas. Loyalitas menciptakan keuntungan yang meningkat melalui peningkatan pendapatan, mengurangi biaya untuk memperoleh pelanggan, pelanggan rendah sensitifitas harga, dan menurunkan biaya untuk melayani pelanggan yang telah mengenal sistem layanan perusahaan. Loyalitas pelanggan adalah tanda dari perbedaan untuk bisnis yang sukses di semua industri dan dapat menyebabkan profitabilitas. Pelanggan loyal menjadi lebih menguntungkan dari waktu ke waktu. Pelanggan yang loyal membeli produk yang baru, tetap *update* pada produk lama, bahkan mereka merekrut orang lain untuk melakukan hal yang sama. Loyalitas pelanggan adalah penentu yang paling penting dari pertumbuhan dan profitabilitas. Hallowell mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, yang kemudian berhubungan dengan profitabilitas. Loyalitas menciptakan keuntungan yang meningkat melalui peningkatan pendapatan, mengurangi biaya untuk memperoleh pelanggan. Pelanggan loyal rendah terhadap sensitifitas harga.⁴²

2) Kualitas Barang atau Jasa

Salah satu faktor penting yang dapat membuat pelanggan puas adalah kualitas barang atau jasa. Kualitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pemasar dapat meningkatkan kualitas untuk mengembangkan loyalitas pelanggannya. Produk yang berkualitas

⁴¹ Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Volume 17 Nomor 2, ISSN 0854-3844, Mei-Agustus 2010, hlm. 1.

⁴² Cendika Sari dan Saerce Elsy Hatane, *Pengaruh Loyalitas Pelanggan Terhadap Profitabilitas Pada Sebuah Perusahaan Jasa Automotive (PT "X") Di Surabaya*, Business Accounting Review Volume 1 Nomor 2, 2013, hlm. 30-31.

rendah akan menanggung resiko pelanggan tidak setia. Jika kualitas diperhatikan, bahkan diperkuat dengan periklanan yang intensif, loyalitas pelanggan akan lebih mudah diperoleh. Kualitas dan promosi menjadi faktor kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pelanggan akan menjadi loyal pada produk-produk berkualitas tinggi jika produk-produk tersebut ditawarkan dengan harga yang bersaing. Pengaruh kualitas terhadap loyalitas juga telah dibuktikan oleh hasil penelitian Sabihaini yang menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas jasa akan memberikan dampak yang baik untuk meningkatkan loyalitas. Bloomer, Ruyter dan Peeters mendapatkan kualitas jasa memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas dan mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan.⁴³ Komponen kualitas pelayanan terdiri dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar yaitu 70%.⁴⁴ Menurut para akademisi, kualitas layanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya berdampak pada pelanggan tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Menurut hasil riset *Wharton Business School*, upaya perbaikan ini akan menjadikan konsumen makin loyal kepada

⁴³ Ahmad Mardalis, *Op. Cit*, hlm. 114-116.

⁴⁴ Andi Mardiana dan Nur Ain Kasim, *Op. Cit*, hlm. 139.

perusahaan. Konsep dari kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas saling berhubungan satu dengan yang lain.⁴⁵

3) Citra Perusahaan atau Merek

Para pakar pemasaran memberikan berbagai definisi serta pendapat tentang citra. Mereka sepakat akan semakin pentingnya citra yang baik (positif) bagi sebuah produk. Kotler mendefinisikan citra sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Selanjutnya beliau mengatakan bahwa sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut. Ini memberi arti bahwa kepercayaan, ide serta impresi seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku serta respon yang mungkin akan dilakukannya. Seseorang yang mempunyai impresi dan kepercayaan tinggi terhadap suatu produk tidak akan berpikir panjang untuk membeli dan menggunakan produk tersebut bahkan boleh jadi ia akan menjadi pelanggan yang loyal. Kemampuan menjaga loyalitas pelanggan dan relasi bisnis, mempertahankan atau bahkan meluaskan pangsa pasar, memenangkan suatu persaingan dan mempertahankan posisi yang menguntungkan tergantung kepada citra produk yang melekat di pikiran pelanggan. Suatu perusahaan akan dilihat melalui citranya baik citra itu negatif atau positif. Citra yang positif akan memberikan arti yang baik terhadap produk perusahaan tersebut dan seterusnya dapat meningkatkan jumlah penjualan. Sebaliknya penjualan produk suatu perusahaan akan jatuh atau mengalami kerugian jika citranya dipandang negatif oleh masyarakat. Oleh karena itu bagi suatu perusahaan memiliki citra yang baik adalah sangat penting. Dengan konsep citra produk yang baik ia dapat melengkapkan identitas yang baik pula dan pada akhirnya dapat mengarahkan kepada kesadaran yang tinggi, loyalitas, dan reputasi yang baik.

⁴⁵ Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, *Op. Cit*, hlm. 1-2.

4) Rintangan untuk Berpindah

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas yaitu besar kecilnya rintangan berpindah. Rintangan berpindah terdiri dari; biaya keuangan, biaya urus niaga (transaksi), diskon bagi pelanggan loyal, biaya sosial, dan biaya emosional. Semakin besar rintangan untuk berpindah akan membuat pelanggan menjadi loyal, tetapi loyalitas mereka mengandung unsur keterpaksaan.⁴⁶

e. Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Dalam menjalankan suatu bisnis, seringkali pebisnis disibukkan atau bahkan terlalu fokus dalam menarik konsumen baru sehingga pelanggan lama menjadi terabaikan. Padahal, sebenarnya pelanggan lama cenderung memiliki nilai lebih dibandingkan konsumen baru. Kepercayaan merupakan sikap teguh konsumen pada pendiriannya tentang sesuatu, misalnya terhadap perusahaan. Jika mempercayai perusahaan, konsumen akan teguh dan loyal, serta tidak mudah berpaling ke perusahaan. Menciptakan dan mempertahankan kepercayaan konsumen merupakan fondasi untuk menjaga hubungan yang baik dalam jangka panjang.⁴⁷

Griffin mengemukakan beberapa cara agar perusahaan bisa menahan pelanggan beralih ke pesaing, antara lain:

1) Meriset pelanggan

Tujuan riset yang dilakukan adalah untuk mengetahui serta memahami keinginan pelanggan

2) Membangun hambatan agar pelanggan tidak berpindah

Ada tiga macam hambatan yang bisa dilakukan agar pelanggan tidak berpindah ke perusahaan pesaing, yaitu:

a) Hambatan fisik, yaitu dengan menyediakan layanan fisik yang dapat memberikan nilai tambah kepada pelanggan

⁴⁶ Ahmad Mardalis, *Op. Cit*, hlm. 116-117.

⁴⁷ Titin Srijanjani, *Analisis Strategi Mempertahankan Konsumen Toko Zoya Kudus dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Iqtishadia Volume 8 Nomor 1, Maret 2015, hlm. 5-6.

- b) Hubungan psikologis, yaitu dengan menciptakan persepsi dalam pikiran pelanggan supaya mereka tergantung pada produk atau jasa perusahaan
 - c) Hambatan ekonomis, yaitu dengan memberikan insentif bagi pelanggan yang menguntungkan secara ekonomis, misalnya dengan memberikan diskon atau potongan harga
- 3) Melatih dan memodifikasi staf untuk loyal
- Karyawan ataupun staf merupakan faktor penting untuk membangun loyalitas pelanggan. Ikut sertakan mereka dalam proses tersebut dan berikan pelatihan informasi dukungan serta imbalan agar mereka mau berperan aktif.
- 4) Pemasaran loyalitas
- Pemasaran loyalitas adalah pemasaran dengan program-program yang memberikan nilai tambah pada perusahaan dan produk atau jasa di mata konsumen. Program-program tersebut antara lain:
- a) Pemasaran hubungan, yaitu pemasaran yang bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan para pelanggan
 - b) Pemasaran frekuensi, yaitu pemasaran yang bertujuan untuk membangun komunikasi dengan pelanggan
 - c) Pemasaran keanggotaan, yaitu pengorganisasian pelanggan ke dalam kelompok keanggotaan atau klub yang dapat mendorong mereka melakukan pembelian ulang dan meningkatkan loyalitas.⁴⁸

f. Alasan Menumbuhkan dan Menjaga Loyalitas

Hawkins dan Coney mengemukakan alasan pentingnya menumbuhkan dan menjaga loyalitas konsumen, antara lain:

- 1) Konsumen yang sudah ada memberikan prospek keuntungan yang cenderung lebih besar

⁴⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Op.Cit*, hlm. 112-113.

- 2) Biaya yang dikeluarkan untuk menjaga dan mempertahankan konsumen yang ada lebih kecil dibandingkan dengan biaya untuk mencari konsumen yang baru
- 3) Kepercayaan konsumen pada suatu perusahaan dalam satu urusan bisnis akan membawa dampak
- 4) Loyalitas konsumen bisa menciptakan efisiensi
- 5) Hubungan yang sudah terjalin lama antara perusahaan dengan konsumen akan berdampak pada pengurangan biaya psikologis dan sosialisasi
- 6) Konsumen lama akan mau membela perusahaan serta mau memberi referensi kepada teman-teman dan lingkungan untuk mencoba berhubungan dengan perusahaan.⁴⁹

4. Loyalitas Pelanggan dalam Pandangan Islam

Loyalitas (*loyalty*) merupakan sifat pendukung yang menguatkan kepercayaan orang banyak. Loyalitas berhubungan dengan kesetiaan dan komitmen jangka panjang.⁵⁰

Bukti keimanan seseorang adalah adanya amal nyata dalam kehidupan sehari-hari oleh karena iman bukan sekadar pengakuan kosong belaka tanpa mampu memberikan pengaruh dalam kehidupan seorang muslim. Selain merespon seluruh amal Islami dan menyerapnya ke dalam ruang kehidupannya, seorang mukmin juga harus selalu loyal dan memberikan *wala'*-nya kepada Allah dan Rasul-Nya. Ia harus mencintai dan mengikuti apa-apa yang diperintahkan dan menjauhi seluruh perbuatan yang dilarang. Tidak hanya dalam *hablum minallah*, dalam muamalah pun manusia juga.

Loyalitas dalam muamalah tidak hanya memperhatikan siapa saja yang memberi keuntungan bagi kita, akan tetapi harus memperhatikan perkara-perkara syar'i yang telah dituntun oleh agama Islam. Dengan pemberian loyalitas kepada sesuatu yang menguntungkan dan terbebas dari

⁴⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Op. Cit*, hlm, 113.

⁵⁰ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, Aswaja Pressindo, Banjarmasin, 2014, hlm. 68.

unsur syariah.⁵¹ Sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah ayat 54-55 berikut ini:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا مَن يَرْتَدَّ مِنكُمْ عَن دِينِهِ ۚ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهَ بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ
وَيُحِبُّونَهُ ۚ أَذِلَّةٌ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٌ عَلَى الْكَافِرِينَ يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ
وَلَا يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ ۚ ذَٰلِكُمْ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَن يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿٥٤﴾
إِنَّمَا وَلِيُّكُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ ۗ وَالَّذِينَ ءَامَنُوا ۗ الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ
الزَّكَاةَ وَهُمْ رَاكِعُونَ ﴿٥٥﴾

Artinya: 54. “Hai orang-orang yang beriman, Barangsiapa di antara kamu yang murtad dari agamanya, Maka kelak Allah akan mendatangkan suatu kaum yang Allah mencintai mereka dan mereka pun mencintainya, yang bersikap lemah lembut terhadap orang yang mukmin, yang bersikap keras terhadap orang-orang kafir, yang berjihad dijalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah, diberikan-Nya kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Allah Maha Luas (pemberian-Nya), lagi Maha mengetahui”.

55. “Sesungguhnya penolong kamu hanyalah Allah, Rasul-Nya, dan orang-orang yang beriman, yang mendirikan shalat dan menunaikan zakat, seraya mereka tunduk (kepada Allah)”.⁵²

Di sisi lain, seorang mukmin tidak boleh loyal dan cinta terhadap musuh-musuh Islam. Dalam kategori *hablum minannaas* ini, berarti kita tidak diperbolehkan bekerjasama apalagi menjual loyalitas muslim kepada hal-hal yang berbau riba.⁵³ Oleh karenanya, dalam beberapa firman-Nya, Allah mengingatkan orang-orang beriman tentang hal ini dalam Surat Ali Imran ayat 28:

⁵¹ Mohammad Toha, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Anggota Koperasi Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Syariah Baitut Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Tulungagung*, Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014, hlm. 45-46.

⁵² Al-Qur'an dan Terjemahnya Surat Al-Maidah ayat 54-55, Departemen Agama RI, Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 117.

⁵³ Mohammad Toha, *Op. Cit*, hlm. 46.

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَدَّةً وَيُحَذِّرْكُمْ اللَّهُ نَفْسَهُ ۗ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ ﴿٥٤﴾

Artinya: “Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi wali. Dengan meninggalkan orang-orang mukmin. barang siapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan Allah, kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti dari mereka. dan Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa)-Nya. dan hanya kepada Allah kembali (mu)”.⁵⁴

Dari penjelasan di atas semakin jelaslah bahwa *al-wala'* (loyalitas) karena Allah adalah cinta karena Allah dan menolong agama-Nya serta mencintai para wali-Nya dan menolong mereka.

Loyalitas dalam pandangan ekonomi berdasarkan beberapa ayat di atas dapat dipahami bahwa lebih mendahulukan bertransaksi atau bermuamalah bersama orang muslim, mendahulukan produk-produk yang sudah dinyatakan halal oleh para ulama yang sebelumnya telah melakukan pengkajian terhadap kehalalannya.

Firman Allah SWT dalam QS. Al-Fushshilat ayat 30:

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَامُوا تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ الْمَلَائِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنْتُمْ تُوعَدُونَ ﴿٣٠﴾

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan Kami ialah Allah" kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, Maka Malaikat akan turun kepada mereka dengan mengatakan: "Janganlah kamu takut dan janganlah merasa sedih; dan

⁵⁴ Al-Qur'an dan Terjemahnya Surat Ali Imran ayat 28, Departemen Agama RI, Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 53.

gembirakanlah mereka dengan jannah yang telah dijanjikan Allah kepadamu".⁵⁵

Dalam surat lain, QS. Al-Ahqaf ayat 13:

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَمُوا فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ



Artinya: “*Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan Kami ialah Allah", kemudian mereka tetap istiqamah. Maka tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan mereka tiada (pula) berduka cita*”.⁵⁶

Seperti ayat-ayat diatas bahwa orang-orang yang mengatakan Tuhannya Allah maka Allah akan melindungi mereka, sama seperti pelanggan yang telah loyal kepada suatu produk atau jasa maka pelanggan tersebut akan selalu dipertahankan dan dilayani oleh produsennya agar mereka akan terus loyal.⁵⁷

Di dalam Surat Al-Baqarah ayat 38 dijelaskan pula:

قُلْنَا اهْبِطُوا مِنْهَا جَمِيعًا فَإِمَّا يَأْتِيَنَّكُمْ مِنِّي هُدًى فَمَنْ تَبِعَ هُدَايَ فَلَا خَوْفٌ

عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya: “*Kami berfirman: "Turunlah kamu semuanya dari surga itu! kemudian jika datang petunjuk-Ku kepadamu, Maka barang siapa yang mengikuti petunjuk-Ku, niscaya tidak ada kekhawatiran atas mereka, dan tidak (pula) mereka bersedih hati*”.⁵⁸

⁵⁵ Al-Qur'an dan Terjemahnya Surat Fushshilat ayat 30, Departemen Agama RI, Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 480.

⁵⁶ Al-Qur'an dan Terjemahnya Surat Al-Ahqaf ayat 13, Departemen Agama RI, Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 503.

⁵⁷ Syarif Hidayatullah, *Hubungan Citra Merek Dengan Loyalitas Pelanggan IM3 di Kalangan Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Fakultas Psikologi, Januari 2013, hlm. 53.

⁵⁸ Al-Qur'an dan Terjemahnya Surat Al-Baqarah ayat 38, Departemen Agama RI, Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 7.

Loyalitas pelanggan dalam Islam terjadi apabila aktivitas muamalah itu dapat memberi manfaat yang saling menguntungkan kedua belah pihak, karena terpenuhinya kewajiban serta hak masing-masing melalui penerapan nilai-nilai Islam.⁵⁹ Pihak pelanggan diuntungkan karena kenyamanan, kemudahan dan segala faktor yang menunjang dari produk atau jasa tersebut. Begitu juga pihak perusahaan atau produsen, dengan kesetiaan pelanggan tersebut akan menambah *income* yang didapat oleh sebuah perusahaan demi keberlangsungan hidup perusahaan tersebut.⁶⁰

Surat Ali Imran ayat 174:

فَأَنْقَلِبُوا بِنِعْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ وَفَضْلٍ لَّمْ يَمَسَّسْهُمْ سُوءٌ وَاتَّبَعُوا رِضْوَانَ اللَّهِ وَاللَّهُ ذُو فَضْلٍ عَظِيمٍ ﴿١٧٤﴾

Artinya: “Maka mereka kembali dengan nikmat dan karunia (yang besar) dari Allah, mereka tidak mendapat bencana apa-apa, mereka mengikuti keridhaan Allah. dan Allah mempunyai karunia yang besar”.⁶¹

Ayat diatas telah menjelaskan betapa besar keuntungan yang didapatkan ketika kita berlaku loyal atau setia kepada sesuatu yang baik. Sesuatu yang diawali dengan baik maka akan mendapatkan hasil yang baik pula. Jadi jangan mudah tergiur dengan promosi-promosi atau jargon-jargon iklan yang sifatnya hanya sesaat karena seringkali tidak sesuai dengan apa yang kita harapkan.⁶²

Loyalitas sebagaimana bagi umat Islam yang beriman, mereka mengakui akan hakikat iman dan hakikat agama tanpa ada dusta. Keimanan inilah yang dimaksud dengan loyalitas hamba kepada Rabbnya. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Hujurat ayat 15:

⁵⁹ Fitria Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari, Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya, Jurnal JESTT Volume 2 Nomor 4, April 2015, hlm. 327.

⁶⁰ Syarif Hidayatullah, *Loc. Cit.*

⁶¹ Al-Qur'an dan Terjemahnya Surat Ali Imran ayat 174, Departemen Agama RI, Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 73.

⁶² Syarif Hidayatullah, *Op. Cit.*, hlm. 54.

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أُولَئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ ﴿١٥٦﴾

Artinya: “*Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. mereka Itulah orang-orang yang benar*”.⁶³

Ayat diatas bila dikaitkan dengan loyalitas konsumen, yaitu jika konsumen sudah setia dan percaya pada suatu perusahaan atau merek, maka ia akan menjadi loyal dan tak peduli dengan harga produk. Salah satu faktor yang berpotensi dalam menghasilkan keuntungan dari konsumen yang bertahan lama (loyal) adalah mereka tidak begitu sensitif terhadap harga. Hal tersebut dikarenakan, loyalitas adalah karakter psikologis yang terbentuk dari kepuasan konsumen serta ikatan emosional yang terbentuk dari kualitas pelayanan, yang mengarah pada perasaan atau keadaan rela dan konsisten pada suatu pilihan, acuan dan kelebihan.⁶⁴

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini dilakukan, sudah ada penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lain terkait dengan etika kerja dan loyalitas pelanggan. Adapun penelitian-penelitian terdahulu tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Titin Srianjani tahun 2015 dengan judul “*Analisis Strategi Mempertahankan Konsumen Toko Zoya Kudus dalam Perspektif Ekonomi Islam*” yang menyatakan bahwa untuk mempertahankan kepercayaan dan kepuasan kosumennya, *online shop* Zoya Kudus menerapkan strategi dengan memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk-

⁶³ Al-Qur'an dan Terjemahnya Surat Al-Hujurat ayat 15, Departemen Agama RI, Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 517.

⁶⁴ Andi Mardiana dan Nur Ain Kasim, *Op.Cit*, hlm. 139-140.

produk di *online shop* Zoya Kudus, selalu meng-*upload*/mem-*broadcast* gambar produk terbaru Zoya di *online shop*, menyediakan banyak layanan untuk order melalui facebook, WA, BBM, Telepon, SMS, Yahoo Massanger, website, twitter dan instagram, namun yang sering digunakan adalah facebook, WA, BBM, Telepon dan SMS. Strategi yang lainnya adalah penukaran barang apabila barang yang dikirim cacat, pelayanan jasa pengiriman yang cepat dan murah, kualitas produk bagus sesuai dengan harga dan gambar iklan, adanya tips dan tutorial hijab di *online shop*, diskon untuk member dan agen atau diskon saat *event* tertentu, menampung keluhan dan saran konsumen dan berusaha mencari solusinya. Sedangkan jika dilihat dari aspek ekonomi Islamnya yaitu dapat dilihat dari strategi Zoya Kudus yang mengedepankan kejujuran dan kepercayaan dalam setiap transaksinya entah itu promosi produk Zoya atau informasi yang diberikan kepada konsumen, bersikap ramah, sopan, adil dan bertanggung jawab kepada setiap konsumen, memberikan pelayanan jasa dan produk yang dijamin bagus kualitasnya, menyediakan tutorial hijab dan tips-tips yang bermanfaat, menjamin keamanan privasi konsumen dan diskon untuk member dan agen serta diskon *all item* pada hari-hari besar Islam.⁶⁵

Adapun persamaan dari penelitian ini yaitu jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, lokasi penelitian adalah Zoya Kudus, tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui cara Zoya Kudus dalam mempertahankan pelanggannya. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti disini menambah tujuan penelitian yakni untuk mengetahui tentang penerapan etika kerja karyawan dalam menjaga loyalitas pelanggan dari segi ritel.

2. Penelitian Annisaussa'adah tahun 2017 dengan judul "*Analisis Strategi Mempertahankan Konsumen di Toko Locked Target dalam Perspektif Ekonomi Islam*" yang menyatakan bahwa strategi yang dilakukan oleh Toko Locked Target dalam mempertahankan kualitas produk berdasarkan perspektif ekonomi Islam diantaranya adalah dengan melakukan

⁶⁵ Titin Srianjani, *Op. Cit*, hlm. 15-16.

pengendalian terhadap bahan baku, pengendalian terhadap proses produksi dan pengendalian terhadap produk jadi. Adapun strategi yang dilakukan oleh Toko Locked Target dalam mempertahankan loyalitas konsumen berdasarkan perspektif ekonomi Islam yaitu melalui strategi karakteristik pemasaran Islami, etika bisnis Islami, dan mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad. Adapun faktor yang mempengaruhi strategi dalam mempertahankan kualitas produk di Toko Locked Target diantaranya adalah tenaga kerja, bahan baku yang digunakan dan peralatan. Sedangkan faktor yang mempengaruhi strategi dalam mempertahankan loyalitas konsumen di Toko Locked Target diantaranya harga yang murah, kemudahan dalam akses penjualan dan pembelian barang, ruang jual luas dan halaman parkir cukup, kemudahan dalam melihat stand toko dan letak Toko Locked Target yang berada di pemukiman serta masih minimnya pesaing yang sama dalam hal penjualan produk grafity.⁶⁶

Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui cara mempertahankan loyalitas pelanggan dalam bisnis ritel, jenis penelitian adalah penelitian kualitatif. Untuk perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian, lokasi penelitian tersebut berada di Toko Locked Target sedangkan peneliti disini memilih lokasi penelitian di Zoya Kudus. Selain itu perbedaannya adalah peneliti disini menambah tujuan penelitian yakni untuk mengetahui tentang penerapan etika kerja karyawan.

3. Penelitian Sari Suasana Dewi dan Icuk Rangga Bawono dengan judul “*Analisis Pengaruh Etika Kerja Islam terhadap Sikap Karyawan Bagian Akuntansi dalam Perubahan Organisasi (Studi Kasus pada Bank Umum Non Syariah di Wilayah Eks Karesidenan Banyumas Jawa Tengah)*” yang menyatakan bahwa etika kerja Islam berpengaruh secara signifikan terhadap

⁶⁶ Annisaussa'adah , *Analisis StrategiMempertahankan Konsumen di Toko Locked Target dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Kudus, 2017, hlm. 89.

dimensi kognitif, afektif, dan *behavioral* sikap karyawan bagian akuntansi dalam perubahan organisasi.⁶⁷

Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui etika kerja karyawan. Sedangkan perbedaannya adalah jenis penelitian yang digunakan, peneliti disini menggunakan jenis penelitian kualitatif, sedangkan dalam penelitian tersebut menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian juga berbeda, peneliti disini memilih lokasi di Zoya Kudus, sedangkan dalam penelitian tersebut lokasinya adalah Bank Umum Non Syariah di Wilayah Eks Karesidenan Banyumas Jawa Tengah karena yang dianalisis merupakan karyawan bagian akuntansi.

4. Penelitian Jeffry Wihartono tahun 2013 dengan judul “*Pengaruh Etika Perilaku Penjual Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan pada Dealer Mobil Nissan Basuki Rahmat Surabaya*” yang menyatakan bahwa etika perilaku penjual tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, tetapi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan dan juga berpengaruh signifikan menjadi mediator terhadap loyalitas, sedangkan untuk kepuasan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas.⁶⁸

Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui hubungan antara etika perilaku penjual terhadap loyalitas pelanggan. Untuk perbedaannya yaitu terletak pada obyek penelitiannya, penelitian tersebut ditujukan kepada masyarakat di Surabaya dan luar Surabaya yang sudah pernah melakukan pembelian mobil Nissan di dealer nissan Basuki Rahmat Surabaya, sedangkan pada penelitian ini objeknya ditujukan kepada karyawan Zoya Kudus.

⁶⁷ Sari Suasana Dewi dan Icut Rangga Bawono, *Analisis Pengaruh Etika Kerja Islam terhadap Sikap Karyawan Bagian Akuntansi dalam Perubahan Organisasi (Studi Kasus pada Bank Umum Non Syariah di Wilayah Eks Karesidenan Banyumas Jawa Tengah)*, JAI Volume 12 Nomor 1, Juni 2008, hlm. 77.

⁶⁸ Jeffry Wihartono, *Pengaruh Etika Perilaku Penjual Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan pada Dealer Mobil Nissan Basuki Rahmat Surabaya*, Skripsi Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, 2013, hlm. 16.

5. Penelitian Nia Kamelia Sari, Zaini Abdul Malik, dan Aan Julia tahun 2015 dengan judul “*Analisis Penerapan Etika Kerja Islam Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Bandung Utama)*”, yang menyatakan bahwa etika kerja Islam Bank Syariah Mandiri telah diterapkan dengan baik oleh hampir seluruh karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Bandung Utama, sehingga efektif meningkatkan kinerja karyawan. Adapun etika kerja yang dimiliki oleh karyawan Bank Syariah Mandiri mengandung nilai-nilai Islam, yaitu dikenal dengan ETHIC (*Excellence, Teamwork, Humanity, Integrity, Customer Focus*).⁶⁹

Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui konsep etika kerja Islam, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Untuk perbedaannya yaitu terletak pada obyek penelitiannya, penelitian tersebut ditujukan kepada karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Bandung Utama, sedangkan pada penelitian ini objeknya ditujukan kepada karyawan Zoya Kudus. Selain itu, penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui kinerja karyawan, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara Zoya Kudus dalam menjaga loyalitas pelanggannya.

6. Penelitian Faizal Nurmatias tahun 2015 dengan judul “*Pengaruh Etika Kerja Islam, Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai*” menyatakan bahwa etika kerja Islam berpengaruh secara signifikan dengan kinerja karyawan Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai. Kepuasan kerja berpengaruh secara signifikan dengan kinerja karyawan Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai. Komitmen organisasi berpengaruh secara signifikan dengan kinerja karyawan Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai. Etika kerja Islam, kepuasan kerja, komitmen organisasi secara bersama-sama berpengaruh

⁶⁹ Nia Kamelia Sari, et. all., *Analisis Penerapan Etika Kerja Islam Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Bandung Utama)*, Jurnal Prosiding Penelitian Sivitas Akademika Unisba (Sosial dan Humaniora) ISSN: 2460-2159, hlm. 352-353.

secara signifikan terhadap kinerja karyawan Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai.⁷⁰

Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah untuk mengetahui etika kerja Islam. Perbedaannya adalah pada lokasi penelitian, dalam penelitian tersebut lokasi penelitian berada di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai, sedangkan pada penelitian ini berada di Zoya Kudus. Selain itu jenis penelitian yang digunakan juga berbeda, dalam penelitian tersebut jenisnya penelitian kuantitatif, sedangkan pada penelitian ini jenis penelitiannya adalah kualitatif.

7. Penelitian Citra Ayu Ratna P. tahun 2016 dengan judul “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah dan Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang*”, menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank syariah, komitmen berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank syariah, komunikasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank syariah, pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank syariah, keadilan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank syariah, religiusitas berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank syariah, pengetahuan tentang produk berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank syariah.⁷¹

Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui loyalitas pelanggan. Perbedaannya adalah lokasi penelitian, dalam penelitian tersebut lokasi penelitian berada pada Bank Syariah di Kota Semarang, sedangkan pada penelitian ini berada di Zoya Kudus. Selain itu juga terletak pada obyek penelitiannya, penelitian tersebut ditujukan kepada karyawan Bank Syariah di Kota Semarang, sedangkan pada penelitian ini objeknya ditujukan kepada karyawan Zoya Kudus.

⁷⁰ Faizal Nurmatias, *Op. Cit*, hlm. 13.

⁷¹ Citra Ayu Ratna P., *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah dan Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang*, Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2016, hlm. 146-151.

C. Kerangka Berpikir

Setiap pelaku bisnis dituntut untuk mempunyai kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi, serta mampu memenuhi dan menanggapi setiap tuntutan pelanggan yang semakin beranekaragam dan terus berubah. Pelaku usaha harus mampu menghasilkan produk yang dapat memainkan emosi pelanggan dan melalui produk tersebut dapat menimbulkan *experience* bagi pelanggan.⁷²

Pelanggan (*customer*) berbeda dengan konsumen (*consumer*), seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu, apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi sebagai seorang pembeli atau konsumen.⁷³

Untuk membangun, menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan tidaklah mudah. Keberhasilan suatu organisasi baik besar maupun kecil banyak ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia. Manusia selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan organisasi, karena manusia menjadi perencana, pelaku, dan penentu tujuan organisasi. Tujuan organisasi atau perusahaan tidak mungkin terwujud tanpa peran aktif karyawan meskipun alat-alat yang dimiliki perusahaan begitu canggih. Alat-alat canggih yang dimiliki perusahaan tidak ada manfaatnya bagi perusahaan jika peran aktif karyawan tidak diikutsertakan.

Dalam setiap perusahaan pasti memiliki etika dalam hubungannya dengan pekerjaan, baik secara tertulis maupun tidak, dan menginginkan para karyawan untuk dapat melaksanakannya dengan baik. Sehingga penerapan

⁷² Fauzan dan Ida Nuryana, *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H.Slamet Di Kota Malang*, Jurnal Modernisasi Volume 10 Nomor 1, Februari 2014.

⁷³ Trisno Musanto, *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya*, Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Universitas Kristen Petra Volume 6 Nomor 2, September 2004, hlm. 128.

etika dalam bekerja merupakan suatu hal yang sangat diperlukan guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Seorang manusia akan menyelaraskan segala tindak-tanduk dan tingkah laku menurut etika yang berlaku di lingkup tempat tinggal maupun di tempat ia bekerja. Tidak ada satupun manusia yang dapat hidup sebebas-bebasnya karena manusia hidup dalam suatu religi, norma, nilai, moralitas, dan hukum yang mengatur bagaimana seseorang harus bertindak dan mengendalikan kebebasan serta tunduk terhadap etika yang disepakati. Etika merupakan tata cara berhubungan dengan manusia lainnya sehingga dalam dunia bisnis ritel masalah etika sangat perlu untuk diketahui dan diimplementasikan. Pelanggan yang datang ke toko merupakan tamu penting, tamu kehormatan yang harus diberikan pelayanan yang maksimal. Agar pelanggan merasa dihargai dan dihormati, setiap karyawan perlu memahami etika kerja yang baik dan benar. Tanpa etika yang benar, maka jangan diharapkan akan mendapat pelanggan yang loyal, bahkan bukan tidak mungkin perusahaan akan kehilangan pelanggan. Maka untuk menjaga loyalitas pelanggan, wirausahawan juga perlu memiliki sumber daya manusia atau karyawan yang mampu menerapkan etika kerja yang baik dan benar.

Namun dibalik hal tersebut banyak perusahaan yang masih kurang memperhatikan tentang nilai etika kerja terhadap pelanggan. Perusahaan masih menganggap etika terhadap pelanggan bukanlah hal yang sangat penting karena perusahaan merasa pelangganlah yang membutuhkan. Padahal etika berkaitan dengan kepribadian dan kejiwaan seseorang.

Sebagai seorang muslim hendaknya kita mempunyai pribadi yang baik, tutur kata yang santun, dan penampilan yang sopan dan rapi. Sehingga dapat menunjukkan kepribadiannya sebagai seorang muslim yang berakhlak baik. Dalam Islam bekerja bukan semata-mata untuk kepentingan jasmaniah dan duniawi, melainkan juga merupakan sarana pemenuhan kebutuhan mental spiritual dan keperluan ukhrawi, sehingga mengandung nilai ibadah. Karena mempunyai nilai ibadah, maka bekerja menurut konsep Islam tidak boleh

sekedar bekerja, atau bekerja untuk makan, melainkan harus berlandaskan nilai-nilai tertentu yang dapat disebut dengan etika.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

