

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAMDALA MENINGKATKAN  
LOYALITAS PELANGGANPUSAT KULINERDI JALAN  
TONDONGKACAMATAN SINJAI UTARA**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menempuh Ujian Proposal  
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Diajukan Oleh :

**ISMAWATI ASMI**  
**NIM. 150103016**

Pembimbing:

1. Dr. Amir Hamzah., M.Ag.
2. Drs. Syarigawir.,MM

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH (EKOS)  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS HUKUM ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI)  
MUHAMMADIYAH SINJAI  
2019**

## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ismawati Asmi  
Nim : 15010016  
Program Studi : Ekonomi Syariah (EKOS)

Menyatakan bahwa sebenarnya bahwa:

1. Proposal Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan pelagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari Proposal skripsi ini adalah karya saya sendiri selesai ketipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 16 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,

**Ismawati Asmi**

NIM: 15010016

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul Tinjauan Etika Bisnis Islam Faktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara yang ditulis oleh Ismawati Asmi Nomor Induk Mahasiswa 150103016 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam IAI Muhammadiyah Sinjai, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa tanggal 23 Juli 2019 M bertepatan dengan 20 Dzulqaidah 1440 H , telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

### Dewan Penguji

Dr. Firdaus, M.Ag	Ketua	(.....)
Dr. Ismail, MPd.	Sekretaris	(.....)
Dr. Firdaus, M.Ag	Penguji I	(.....)
Dr. Ismail, MPd.	Penguji II	(.....)
Dr. Amir Hamzah, M.Ag.	Pembimbing I	(.....)
Drs. Syarigawir, M.M.	Pembimbing II	(.....)

Mengotahui,  
Dekan FPH IAIM Sinjai



Dr. M. D. Anis, M. Hum.  
NIM. 976 724

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ  
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ  
وَاصْحَابِهِ أَكْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak, yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis studi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta yang telah mendidik dan membesarkan;
2. Dr. Firdaus, M.Ag Rektor IAI Muhammadiyah Sinjai, selaku pimpinan Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
3. Dr. Amir Hamzah, M.Ag Wakil Rektor I dan Dr. Ismail, M.Pd Wakil Rektor II, selaku unsur pimpinan Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
4. Dr. Muh. Anis, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam, Selaku Pimpinan pada Tingkat Fakultas;
5. Dr. Amir Hamzah., M.Ag., selaku Pembimbing I dan Drs. Syarigawir, M.M, selaku Pembimbing II;
6. Muhammad Ikbal, S.Pd, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah;
7. Seluruh Dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;

8. Seluruh Pegawai dan Jajaran IAI Muhammadiyah Sinjai yang telah membantu kelancaran Akademik;
9. Kepada dan Staff Perpustakaan Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
10. Pemilik pusat kuliner di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara
11. Teman-teman mahasiswa IAIMuhammadiyah Sinjai dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis selesai studi.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah Swt., dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin...

Sinjai, 16 Juli 2019

**ISMAWATI ASMI**  
NIM. 150103016

## ABSTRAK

**ISMAWATI ASMI, 150103016, TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PUSAT KULINER DI JALAN TONDONG KECAMATAN SINJAI UTARA, Skripsi, Sinjai: Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam, Institut Agama Islam Muhammadiyah (IAIM) Sinjai, 2019.**

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Manfaat teoritis yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi institusi maupun akademis dan mahasiswa tentang etika bisnis islam dan loyalitas pelanggan. Sedangkan manfaat praktis yaitu penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi pemilik usaha kuliner dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Subjek dari penelitian ini adalah pemilik pusat usaha kuliner yang ditinjau dari etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Adapun metode pengumpulan data yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan analisis datanya menggunakan pengumpul data, reduksi data, data display (penyajian data) dan verifikasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara. Dalam penelitian ini Etika bisnis sangat penting untuk diterapkan disuatu bisnis usaha kuliner yang ada di jalan tondong karena dalam melakukan usaha harus ada etika yang mengatur didalamnya, dengan adanya etika bisnis yang diterapkan maka usaha tersebut akan bisa bertahan dan sukses dikemudian hari. Adapun yang harus diterapkan lagi untuk membuat bisnis usaha kuliner agar bisa berkembang yaitu dengan cara, pemilik usaha harus pintar-pintar dalam membangun loyalitas pelanggan disuatu pusat usaha kuliner yang dijalangkannya harus loyalitas. Loyalitas pelanggan yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan bagi konsumen agar mereka kembali lagi ditempat ini. Loyalitas pelanggan tercipta karena adanya hubungan harmonis antara pelanggan dan pemilik pusat kuliner. Hubungan harmonis ini tercipta karena adanya kepuasan dari pihak pelanggan atau konsumen. Kebutuhan konsumen akan selalu berubah dan ingin mendapatkan lebih sehingga pusat kuliner menyediakan inovasi terhadap produk. Inovasi yang dilakukan dengan cara mengganti menu-menu lama ke menu-menu baru.

## ABSTRACT

**ISMAWATI ASMI, 150103016, A REVIEW OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS IN INCREASING CUSTOMER LOYALTY AT THE CULINARY CENTER ON STREET TONDONG, SINJAI DISTRICT, Skripsi, Sinjai: Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam, Institut Agama Islam Muhammadiyah (IAIM) Sinjai, 2019.**

---

This study aims to determine the Overview Of Islamic Business Economics in Increasing Costumer Loyalty of Culinary Centers on Tondong Street, North Sinjai District. This research in expected to provide benefits both theoretically and practically. The theoretical benefits of the results of this study are expected to contribute knowledge to institutions and academics and students about islamic business ethics and costumer loyalty. While the benefits of peractics namely this research are expected to be used as references for culinary business owners in incresing customer loyalty.

This research is included in qualitative research using a phenomwnology approach. The subject of this study is the owner of a culinery busuness center in terms of islamic business ethics in incresing customer loyalty. As for the collection, namely by interview, observation and documentation. While the data analysis uses data, data reduction, display data and verification.

The results of this study indicate that the Overview of Islamic Business Ethics in Increasing Costumer Loyalty



Culinary Center on Tondong Street, North Sinjai District. In this study islamic business ethicis is very important to be applied in a business culinary business that is on the road because in doing business there must be ethics that govern it, wits the implementatio of business ethics, the business will be able to survise successfully in the future. As for what must be applied again to make a business culinary business in order to develop, that is, by way of business owners must be clever in building customer loyalty in acenter culinary business that they run must be a loyalty. Customer loyalty is to incese customer satisfaction by providing services to consumers so that they return to this place. Customer loyalty is created because of tha harmonious relationship between the customer and the owner of the culinary center.This harmonious relationship is created due to satisfaction from the costumers or consumert. Consumer needs will always change and want to get more so that the culinary center provides innovation for the product. Innovations made by replacing old menus to new menus.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBARAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Tujuan Etika Bisnis Islam .....	11
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	11
2. Penerapan dalam nilai-nilai bisnis .....	13
3. Pandangan Agama tentang Etika Bisnis .....	16

4.EtikaPemasarandalam Islam .....	19
B.MeningkatkanLoyalitas Pelanggan .....	28
1.Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	28
2.Membangun Loyalitas Pelanggan.....	30
3.Faktor-faktor Loyalitas Pelanggan.....	32
C.Hasil Penelitian yang Relavan.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A.Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
B.Defenisi Oprasional.....	37
1.Tinjauan Etika Bisnis Islam .....	37
2.Pentingnya Membabgun Loyalitas Pelanggan .....	37
C.Subjek dan Objek Penelitian .....	38
1.Subjek Penelitian.....	38
2.Objekpenelitian .....	38
D.TeknikPengumpulan Data.....	39
1.Wawancara.....	39
2.Observasi.....	40
3.Dokumentasi .....	40
E.Keabsahan Data .....	41
F.TeknikAnalisis Data .....	43

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

### **A.GambaranUmumLaporanLokasi Penelitian**

Sinjai Utara .....	45
B.Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pusat Kuliner di JalanTondong KecamatanSinjai Utara .....	53
C.Faktor-faktor yang menyebabkan Peningkatan Loyalitas Pelanggan Disuatu Pusat Kuliner Di Jalan Tondong.....	73
 BAB V PENUTUP	
A.Kesimpulan .....	80
B.Saran.....	82
 DAFRAT PUSTAKA .....	 83
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Menu Makanan Warung Makan 888

Tabel 4.1 Daftar Menu Minuman Warung Makan 888

Tabel 4. 3 Daftar menu Cefe Karampuang . 30

Tabel 4. 4 Daftar menu Cefe Anugrah ..... 32

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Pedoman Wawancara

Kisi-Kisi Instrumen

Instrumen Penelitian

Dokumentasi Penelitian

SK Pembimbing Penelitian

Surat Izin Penelitian

Surat Selesai Meneliti

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kesadaran umat muslim untuk kembali ke ajaran Qur'an dan hadits, memunculkan pemikiran untuk menggunakan sistem ekonomi yang berdasarkan pada syariah Islam atau disebut sebagai sistem ekonomi Islam. Kesadaran mereka muncul karena ternyata sistem ekonomi yang dijalankan selama ini tidak menyebabkan kontra ekonomi global semakin membaik. Sistem ekonomi kapitalis telah menumbuhkan budaya persaingan bebas antar sesama pelaku ekonomi, bersikap individualis dan hedonisme yang tinggi, hal tersebut bertolak belakang dengan semangat solidaritas Islam yang menjunjung tinggi pemerataan pendapatan serta pemerataan kesempatan kerja.

Munculnya kesadaran untuk menjalankan syariah Islam dalam kehidupan ekonomi muslim berarti harus mengubah pola pikir dari sistem ekonomi kapitalis ke sistem ekonomi syariah termasuk dalam dunia bisnis.

Dunia bisnis tidak bisa dilepaskan dari etika bisnis. Banyak hasil penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara etika bisnis dan kesuksesan suatu perusahaan(Puspitasari, 2016)

Dalam ajaran Islam, aktivitas ekonomi tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai dasar yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an, hadis nabi, dan sumber-sumber ajaran islam lainnya. Menurut Rasulullah, usaha untuk mendapatkan, mendistribusikan, dan mengatur harta harus dilakukan secara benar dan di perlukan keahlian memadai untuk melakukannya. Berkenaan dengan pengelolaan harta dan pemanfaatan ilmu, Nabi pernah menyatakan bahwa seseorang tidak boleh iri kecuali dalam dua hal, bagi orang yang mendistribusikan hartanya dengan benar dan orang yang mengamalkan ilmu yang mengajarkannya(Haryati, 2017)

Al-Qur'an merupakan petunjuk yang tidak diragukan kebenarannya bagi umat islam dalam mengatur kehidupan mereka didunia, termasuk bidang ekonomi. Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah (2): 2





Terjemahnya:

“Itulah kitab (Al Quran) yang tidak diragukan didalamnya (terdapat) petunjuk bagi orang-orang yang bertaqwa”

Aktivitas ekonomi diatur dalam Al-Qur'an misalnya tentang jual beli (perdagangan) yang harus dilakukan secara suka sama suka, tidak boleh dengan cara yang batil termasuk intimidasi, eksploitasi, dan pemaksaan. Meskipun demikian, tidak semua aktivitas bisnis memberikan kemaslahatan bagi umat manusia dan makhluk lainnya. Aktivitas bisnis yang didasari sifat materisme dan egoisme merupakan penyebab dari kegagalan bisnis meraih peluang mendapatkan keuntungan yang sangat berharga ini. Bisnis yang dipacu meraih keuntungan materi yang sebesar besarnya dengan mengabaikan kepentingan orang lain dan merusak lingkungan menjadi faktor kegagalan bisnis mengemban amanah tersebut (SAMRAYANI, 2018)

Setiap melakukan segala aktivitas terutama dalam kegiatan usahatentunya ada etika yang mengatur sehingga dalam kegiatan tersebut dapat menimbulkan

keharmonisan dan keselarasan antar sesama. Begitu juga dalam dunia bisnis, tidak lepas dari etika bisnis. Etika bisnis merupakan peraturan yang mengatur tentang aktifitas bisnis. Hal itu, mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat. Dalam menjalankan memiliki etika dan nilai-nilai bisnis, maka bisnis yang dijalankan tidak hanya menghasilkan keuntungan secara materi, namun juga non material seperti citra positif, kepercayaan, dan keberlangsungan bisnis itu sendiri (A. F. Putri, 2018)

Dalam menjalankan memiliki etika dan nilai-nilai bisnis, maka bisnis yang dijalankan tidak hanya menghasilkan keuntungan secara materi, namun juga non material seperti citra positif, kepercayaan, dan

keberlangsungan bisnis itu sendiri. Sebelum Pengusaha membangun kepercayaan dengan orang lain, maka ia harus membangun kepercayaan dalam dirinya sendiri. Jika kepercayaan diri terbangun dengan baik, maka secara tidak langsung akan membangun hubungan kepercayaan dengan orang lain.

Loyalitas pelanggan sangat memiliki pengaruh penting dalam suatu usaha atau perusahaan. Dengan adanya loyalitas pelanggan berarti dapat meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Adapun keuntungan lain dari loyalitas pelanggan adalah berkurangnya pengaruh serangan kompetitor dari perusahaan sejenis. Selain itu konsumen yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan karena biasanya konsumen memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produk yang dimiliki perusahaan (Rangkuti, 2004)

Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Dengan demikian, maka segala aktivitas perusahaan, harusnya diarahkan untuk dapat

memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan.

Menunjukkan loyalitas kepada orang lain bisa dilakukan dengan mengakui secara konstruktif yang mereka berikan, menjaga kehormatan orang lain dan membicarakan perilaku orang lain yang semestinya. Menjelek-jelekkkan orang lain termasuk dalam kategori tidak menunjukkan loyalitas dengan orang lain, dan ini adalah perilaku yang buruk dalam dunia bisnis. Ada salah satu cara untuk menunjukkan loyalitas dalam bisnis, yaitu menyempurnakan hubungan baik dengan mantan partner bisnis, partner bisnis, calon partner bisnis (Paludi, 2016)

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas “ketsetiaan” mereka pada produk-produk lain buatan produsen yang sama. Dan pada akhirnya mereka adalah

konsumen yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk selamanya(Marlius, 2018)

Perusahaan muslim hakikatnya harus mengutarakan prinsip-prinsip ke islaman yaitu harus bersikap baik dan simpatik (*shidiq*), bersikap melayani dan rendah hati (*khidmah*), menepati janji dan tidak curang, jujur dan terpercaya, menjaga dan mempertahankan amanah (*kepercayaan*), berperilaku adil dalam berbisnis (*Al'Adl*)(S. R. R. Putri, 2017)

Objek yang di gunakan peneli adalah tempat kuliner yang beradach di jalan tondong kecamatan Sinjai Utara. Di tempat tersebut terdat beberapat tempat kuliner yang menawarkan berbagai macam menu yang berbeda-beda, bahkan kadang ada menu sama dalam suatu tempat yang berbeda. Maka hal itu pemilik kuliner harus pintar dalam menciptakan kepuasan konsumen(MANSYUR, t.t.).

Dalam perkembangan saat ini telah banyak pesain bisnis usaha yang muncul dimana-mana. Seperti para pedagang kuliner yang ada di jalan tondong di Kecamatan Sinjai Utara. Oleh karna itu dalam pedagang kuliner harus pintar dalam membangun loyalitas

pelanggan ada empat faktor yang harus di perhatikan adalah pemasaran, pelayanan, kualitas produk dan harga(Theodoros, 2016)

## **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah, maka perlu diadakan pembatasan yang akan diteliti. Penelitian dapat difokuskan pada etika bisnis islam faktor-faktor dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di suatu pusat kuliner. Sedangkan lokasi penelitian penulis memfokuskan pada pusat kuliner di jalan tondong Kecamatan Sinjai Utara.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah, maka yang menjadi pokok permasalahan ini adalah:

- a. Bagaimana tinjauan etika bisnis islam di pusat kuliner Kecamatan Sinjai Utara?
- b. Faktor-faktor apa yang menyebabkan peningkatan loyalitas pelanggan pusat kuliner Kecamatan Sinjai Utara?

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan tentang tujuan Etika Bisnis Islam di suatu pusat kuliner di jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara.
- b. Mendeskripsikan faktor-faktor loyalitas pelanggan di suatu pusat kuliner di jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara

### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat yang dapat kita ambil adalah:

#### a. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai tentang Etik Bisnis Islam faktor-faktor loyalitas pelanggan di suatu pusat kuliner di jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara.

#### b. Manfaat praktik

Penelitian ini berguna dalam memberikan informasi tentang Etika Bisnis Islam dan faktor-faktor loyalitas pelanggan di suatu pusat kuliner di jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara.





## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Tinjauan Etika Bisnis Islam**

##### **1. Pengetian Etika Bisnis Islam**

Istilah etika dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Yunani, *ethos*, yang berarti kebiasaan atau watak. Etika juga berasal dari Pancasila, *etiquette* atau biasa diucapkan bahasa Indonesia dengan kata, yang artinya kebiasaan atau cara bergaul, berperilaku. Konsep etika lebih merupakan pola perilaku atau kebiasaan yang baik dan dapat diterima oleh lingkungan. Etika pada dasarnya merujuk pada dua hal, yaitu:

- a. Etika berkenaan dengan disiplin ilmu yang mempelajari nilai-nilai yang dianut oleh manusia beserta pembedanya.
- b. Etika merupakan pokok permasalahan dalam disiplin ilmu itu sendiri, yaitu nilai-nilai hidup dan hukum-hukum yang mengatur tingkah laku manusia (Ropik, 2015)

Adapun bisnis adalah semua aktivitas yang melibatkan penyediaan barang dan jasa yang diperlukan dan diinginkan oleh orang lain

Dengannya oleh pelaku bisnis dapat menentukan dan menyediakan keinginan dan kebutuhan orang lain (konsumen) serta selalu berusaha agar konsumen memperoleh kebutuhan dengan barang dan jasa yang disediakan tersebut. Dalam pengertian yang lebih luas, bisnis diartikan sebagian semua aktivitas produksi yang lebih luas, bisnis artinya semua aktivitas produksi perdagangan barang dan jasa. Bisnis merupakan sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa konsumen (Maulidah, 2012)

Etika bisnis adalah seperangkat aturan moral yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah, bohon dan jujur. Etika ini dimaksudkan untuk mengendalikan perilaku manusia dalam menjalankan aktivitas bisnis yaitu menjalankan

pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian, etika bisni adalah tuntutan nasehat etik manusia dan tidak bisa dipenggal atau di tundah untuk membenarkan tindakan yang tidak adil dan tidak bermoral. Etika bisnis harus di junjung tinggi agar bisnis itu membuakan hasil yang dapat membuakan semua pihak yang terlibat dalam bisnis itu(Djakfar & SH, 2012)

Dalam syariat islam, etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah di yakini sebagai sesuatu yang baik dan benar(Mega, 2015)

## 2. Penerapan nilai-nilai dalam Bisnis

Di dalam ajaran islam terdapat berbagai macam nilai dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai tersebut mulai dari nilai yang berkaitan dengan hubungan dengan Tuhan, hubungan dengan sesama makhluk, hingga nilai-nilai dalam perilaku. Dalam Al-Qur'an terdapat banyak macam nilai yang digunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, diantaranya *tauhid, amanah, maslaha,*

*ikhlas, 'adl, ahsan, istikhlaf, ukhwwat, shiddiq*, dan lain sebagainya.

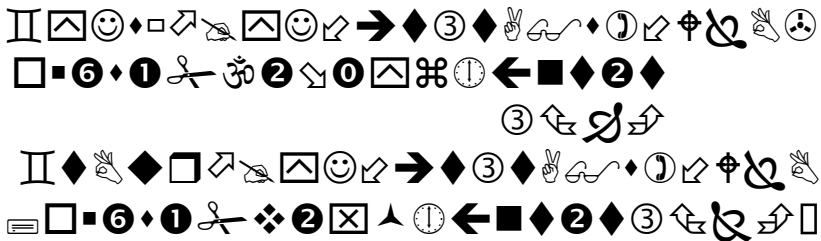
Bisnis merupakan interen yang amat penting bagi suatu masyarakat. Secara sadar dan dengan berbagai cara, manusia terlihat dalam aktivitas ekonomi yang dibutuhkan untuk memberi kenikmatan dan kepuasan hidupnya. Oleh karna itu, bukanlah sesuatu yang terpisah dari masyarakat, namun segalaah kegiatannya merupakan bagian dan integram dari masyarakat(Dewantara, 2013)

Dalam menjalangkan roda bisnisnya dan agar tidak saling merugikan, manusia memerlukan seperangkat nilai aturan yang dapat dijadikan pegangan dalam aktivitas bisnisnya. Apabila di dunia bisnis seperti konsumen, distributor, maupun produsen bertindak tidak bermoral, maka pasti seluruh kegiatan akan segera dihentikan(Raharjo, 2009)

Konsep etika bisnis dalam islam mempunyai titik tekan yang berbeda dengan konsep etika konvensional. Perbedaan itu muncul karna dasar pijatan dan dasar berpikir masing-masing berbeda. Etika bisnis islam didasarkan pada Al-Qur'an dan

Hadis, pemikiran para ulama dalam bentuk *ijma'* ataupun *qiyas*, dan pengalaman bisnis di kalangan umat islam. Sedangkan etika bisnis konvensional berdasar pada hasil pemikiran para filsuf dan keadaan masyarakat yang memaksa dibuatnya aturan-aturan moralitas dalam bidang bisnis(Fajerin, 2016)

Allah berfirman dalam Q.S Al-zalzalah (99) 7-8, sebagai berikut:



Terjemahnya:

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula.”

Dalam dunia bisnis, tanggung jawab terlihat pada perang lembaga bisnis dalam meningkatkan kehidupan para pelanggan, kariawan dan pemegang

saham dengan membagikan kekayaan yang dihasilkannya. Para pemasok dan pesain pun berharap bahwa lembaga-lembaga bisnis menghormati kewajiban mereka dengan semangat kejujuran dan keadilan(Irawan, 2017)

### 3. Pandangan Agama tentang Etika Bisnis

Menurut sumber-sumber literatur mengatakan bahwa, etika bisnis didasari oleh ajaran-ajaran agama. Dalam agama judaism misalnya punya riteratur yang banyak dan kode hukum tentang akumulasi dan penggunaan kekayaan(Marni, 2016)

Adapun agama islam banyak sumber literatur yang tersedia dan kode hukum yang mengatur masalah harta dan kekayaan yang merujuk pada kitab suci Al-Qur'an dan terjemahan dalam bentuk hadis-hadis Rasulullah SAW(Nata, 2016)

Etika bisnis secara umum menurut Suarny Amran, harusbedasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut:(Aziz, 2013)

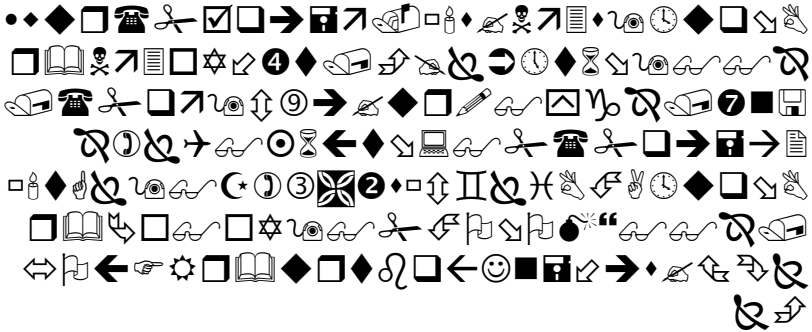
a) Prinsip Otonomi, yaitu kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keselarasan tentang apa yang baik untuk

dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas atas keputusan yang diambil.

- b) Prinsip Kejujuran, dalam hal ini kejujuran adalah merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan kontrol terhadap konsumen, dalam hubungan kerja, dan sebagainya.
- c) Prinsip Keadilan, bahwa setiap orang dalam berbisnis diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak ada yang boleh dirugikan.
- d) Prinsip Saling Menguntungkan, juga dalam bisnis yang kompetitif
- e) Prinsip Integritas Moral, ini merupakan dasar dalam berbisnis, harus menjaga nama baik perusahaan tetap dipercaya dan merupakan perusahaan terbaik.

Demikian pula dalam Islam, etika bisnis Islami harus harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Al-Hadist, sehingga dapat diukur dengan aspek dasarnya yang meliputi:(Ningrum, 2018)

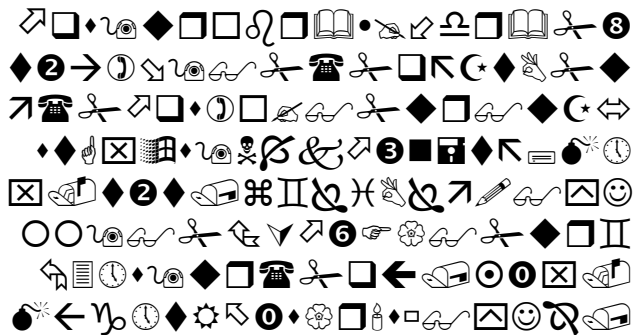
1) Barometer Ketaqwaan Seseorang. Allah SWT berfirman QS. Al-Baqarah (2): 188



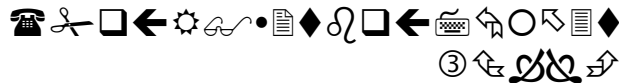
Terjemahnya:

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.”

2). Mendatangkan Keberkahan. Allah SWT berfirman Q.S Al-A'raf, (7): 96, sebagai berikut:







Terjemahnya:

“Jikalau sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi mereka mendustakan (ayat-ayat Kami) itu, maka Kami siksa mereka disebabkan perbuatannya.”

Islam memberikan penghargaan yang besar terhadap pebisnis yang shaleh, karena baik secara makro maupun mikro pebisnis yang shaleh akan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian suatu negara, yang secara langsung atau tidak akan membawa kemaslahatan bagi umat Islam (Al Arif, 2012)

#### 4. Etika Pemasaran Dalam Islam

Dilihat dari etika bisnis islam, etika bisnis islam juga meliputi etika Pemasaran atau etika marketer yaitu etika pemasaran Islam adalah prinsip-prinsip syariah marketer yang menjalankan fungsi-fungsi pemasaran secara Islam, berperilaku yang baik dan simpatik (shidiq), bersikap melayani dan rendah hati (khidmah), menepati janji dan tidak curang, jujur dan terpercaya, menjaga dan mempertahankan amanah (kepercayaan),

berperilaku adil dalam berbisnis (al'adl). Adalah sebagai berikut :(Nurhisam, 2017)

a. Berperilaku Baik dan Simpatik (Shiddiq).

Sopan santun dalam pergaulan adalah pondasi dasar dalam inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai tinggi, dan mencakup semua sisi manusia. Sifat ini adalah sifat Allah yang harus dimiliki oleh kaum Muslim. Al-Quran mengharuskan pemeluknya untuk berlaku sopan dalam setiap hal, bahkan dalam melakukan transaksi bisnis dengan orang-orang yang bodoh (sufaha'), tetap harus berbicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik(M Aslianur, 2016)

b. Bersikap Melayani dan Rendah Hati (khidmah)

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar. Tanpa sikap melayani yang melekat dalam kepribadiannya, dia bukanlah seorang yang berjiwa pemasar. Melekat dalam sikap melayani ini adalah sikap sopan santun, dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya(Hadipranoto, 2015)

c. Menepati Janji dan Tidak Curang.

Seorang marketer harus dapat menjaga amanah yang diberikan kepadanya sebagai wakil dari perusahaan dalam memasarkan dan mempromosikan produk kepada pelanggan. Pada prinsipnya di semua bagian kerja dimanapun dituntut adanya sikap amanah. Sikap amanah inilah yang dipertanggungjawabkan di akhirat kelak(Huda dkk., 2017)

d. Jujur dan Terpercaya (Al-Amanah).

Diantara akhlak yang harus menghiasi bisnis syariah dalam setiap gerak-geriknya adalah kejujuran. Kadang-kadang sifat jujur dianggap mudah untuk dilakukan bagi orang-orang awam manakah tidak dihadapkan pada ujian yang berat atau tidak dihadapkan pada godaan duniawi. Disinilah islam menjelaskan bahwa kejujuran yang hakiki itu terletak pada muamalah mereka(Hadipranoto, 2015)

e. Tidak Suka Menjelek-Jelekan (Ghibah)

Penyakit hati yang lain, selain su'udzhon yang banyak menimpa umat islam, termasuk mungkin praktisi dan akademisi ekonomi syariah, adalah ghibah (Fariz, 2018) Kita dilarang ghibah (mengumpat/menjelek-jelekan).

Seperti firman Allah, “Dan jangan sebagian dari kamu mengumpat sebagian yang lain.”

f. Berperilaku Adil dalam Berbisnis (Al’Adl).

Salah satu bentuk akhlak yang harus dimiliki seorang syariah marketer adalah berlaku adil. Berbisnis secara adil adalah wajib hukumnya, bukan hanya imbauan dari Allah SWT. Sikap adil termasuk di antara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Islam dalam semua aspek ekonomi Islam (Aprianto, 2016)

Permasalahan etika yang terjadi di bidang usaha bervariasi antara fungsi usaha yang satu dan fungsi usaha yang lainnya. Hal ini terjadi karena operasi perusahaan sangat terspesialisasi dalam berbagai bidang profesi, sehingga setiap usaha cenderung memiliki masalah etika tersendiri. Arti penting etika bisnis terhadap permasalahan-permasalahan yang terjadi di bidang usaha akan muncul sebagai berikut: (Ismail, 2013)

1. Etika bidang akuntansi dan Keuangan (*Accounting and Financial Ethics*)

Fungsi akuntansi merupakan komponen yang sangat penting bagi suatu usaha. Kejujuran, integrasi dan akurasi dalam melakukan kegiatan akuntansi merupakan

syarat mutlak yang harus diterapkan oleh fungsi akuntansi.

Salah satu praktik akuntansi yang dianggap tidak etik misalnya menyusun laporan keuangan yang berbeda untuk berbagai pihak yang berbeda dengan tujuan memperoleh keuntungan dari penyusun laporan keuangan yang berbeda untuk pihak-pihak yang berbeda.

## 2. Etika di Bidang Keuangan (*Finencial Ethics*)

Standar keuangan yang berasal dari pelaksanaan fungsi keuangan secara tidak etik menimbulkan berbagai kerugian bagi para investor. Pelanggaran etika dalam bidang keuangan dapat terjadi misalnya melalui praktik *window dressing* terhadap laporan keuangan perusahaan yang akan mengajukan pinjaman ke bank.

## 3. Etika di Bidang Teknologi Informasi (*Information Technology Ethics*)

Salah satu area yang memiliki pertumbuhan masalah etika terbesar di era tahun 1990-an sampai awal tahun 2000 adalah teknologi informasi. Adapun faktor-faktor yang mendorong timbulnya masalah erika bisnis sebagai berikut:(Munfaqiroh, 2018)

- a. Menjaga keuntungan dan kepentingan pribadi (*Personal Gain and Selfish Interest*).
  - b. Tekanan persaingan terhadap laba perusahaan (*Competitive Pressure on Profits*)
  - c. Pertentangan antara nilai-nilai perusahaan dengan perorangan (*Business Goals versus Personal Values*).
4. Praktik-praktik Terlarang dalam Bisnis Islam

Praktik bisnis terlarang (mal bisnis) di sini mencakup semua perbuatan yang tidak baik, jelas, secara moral terlarang, membawa akibat kerugian bagi pihak lain, maupun yang meliputi aspek hukum pidana yang di sebut *bussines crimes* atau *business tour*. Mencapai landasan mal praktik dalam bisnis, di anggap sebagai usaha mencari dan menggali sumber penyakit. Al-Qur'an sebagai sumber nilai, memiliki nilai-nilai prinsipil untuk mengenali perilaku yang bertentangan dengan nilainya.

Penilaian terhadap suatu praktik malbisnis tidak di syaratkan adanya tiga landasan kebatila, kerusakan, dan ke zaliman sekaligus atau bersamaan. Namun sebaliknya, jika ada salah satu unsur dari ketiga landasan di atas sudah dapat dimasukkan sebagai suatu aktivitas dalam kategori praktik malbisnis. Di Adapun faktor-faktor

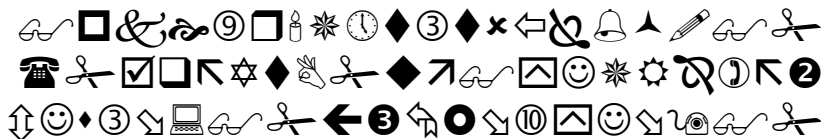
yang mendorong timbulnya masalah erika bisnis adalah(Dwiyanti & Sabeni, 2014)

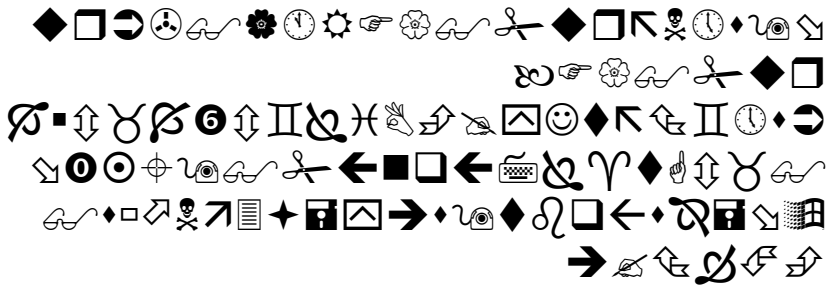
a. Riba

Riba dari segi bahasa berarti *ziyadah* (kelebihan) atau tambahan. Sedangkan menurut istilah syara; berarti tambahnya harta (dalam pelunasan hutang) tanpa imbalan dan jasa apa pun. Dalam Al-Qur'an pengertian riba di pakai untuk istilah bunga. Dari segi ekonomi riba berarti surplus pendapatan yang diterima dari debitur sebagai imbalan karena menanggungkan untuk waktu periode tertentu(Nurdatillah, 2018)

b. Perjudian (qinar atau maisir)

Judi dalam bahasa Arab disebut dengan *al-maisir, al-qimar rahanahu fi al-qimar li'bun qimar, mukamarah, maqamarah* (Rumah judi). Kata *maisir* dalam bahasa arab yang artinya harfiahnya adalah memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa bekerja. Allah berfirman dalam QS. Al-Maidah (5): 90, seabagi berikut:





Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah[434], adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungana.

c. Problitas atau Risiko (*gharar*)

*Gharar* adalah bisnis jual beli yang tidak memenuhi perjanjian yang tidak dapat di percaya, dalam keadaan bahaya, tidak di ketahui harganya, barangnya, kondisi, serta waktu memperolehnya. Contoh bisnis yang mengandung unsur *gharar* adalah membeli ikan dalam kolam, membeli buah-buahan yang masih di pohon(Nur, 2015)

d. Penipuan (al-gabn dan tadlis)

*Al-gabn* menurut bahasa bermakna *ak-khida'* yang berarti penipuan. Sebagai penjelas diilustrasikan pada kalimat berikut: *Ghabanahu fi al-bay' wa asy-syira'*;

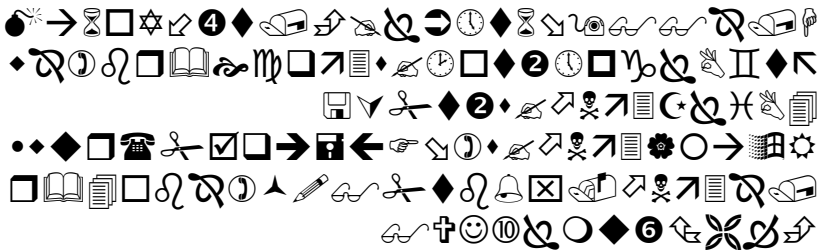


*khana'au wa ghalabahu* (Dia benar-benar menimpunya)(Dhadang dkk., 2017) *Ghabana fulanan; naqashahu fit-tsaman wa ghayyahu* (dia menipu seseorang yaitu dengan mengurangi dan mengubah harganya). *Ghabn* adalah membeli sesuatu dengan harga lebih tinggi dan lebih rendah dari rata-rata. Dalam penipuan ini dapat merujuk hadis riwayat Abu Hurairah:

”Dari abu Hurairah (dilaporkan bahwa) ia mengatakan; Rasulullah saw pernah lewat pada seseorang yang sedang menjual bahan makanan, lalu rasulullah memasukkan tangannya kedalam bahan makanan itu, lalu ternyata bahan makanan tersebut tipuan. Maka Rasulullah bersabda, “tidak termasuk golongan kami orang yang menipu.”

Al-Qur'an menegaskan agar dalam bisnis tidak dilakukan dengan cara yang mengandung *kebthilan*, kerusakan dan *kedzaliman*, sebaiknya haru di lakukan dengan kesadaran dan kesukarelaan, di mana semua praktik mal bisnis bermuarah pada ayat yang berbunyi :





Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

## **B. Membangun Loyalitas Pelanggan.**

### **1. Pengertian Loyalitas Pelanggan**

Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menekankan kepada perilaku pembeliannya (Dhadang dkk., 2017)

Menurut Griffin menyatakan bahwa “Loyalty is defined as non random purchase expressed over time

by some decision making unit". Berdasarkan definisi tersebut terlihat bahwa loyalitas lebih ditujukan kepada suatu perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit pengambilan keputusan(Isniyunisyafna, 2019)

Lebih dalam lagi Gramer dan Brown memberikan definisi mengenai Loyalitas (loyalitas jasa), yaitu derajat sejauh manaseorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini. Dari definisi yang disampaikan Gramer dan Brown, konsumen yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa(Aditya & Lubis, 2017)

Berdasarkan beberapa definisi loyalitas konsumen diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan ada

sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk (Bahrudin & Zuhro, 2016)

## 2. Membangun Loyalitas Pelanggan.

Loyalitas merupakan ukuran sejauh mana seseorang menyukai suatu produk atau jasa dengan cara berulang-ulang. Manajer pemasaran dapat memilih dari lima tingkatan pemasaran perusahaan dalam rangka membangun hubungan dengan pelanggan sebagai berikut (ALFIANI, 2018)

- a. Pemasar dasar, melakukan penjualan produk dengan cara sederhana.
- b. Pemasaran Reaktif, didasarkan pada konsep bereaksi, yang berarti misalnya jika perusahaan pesaing mengikuti tertentu praktik dengan baik output resultan pemasaran melakukan hal yang sama dengan sedikit perubahan dalam desain atau harga dan mengadopsi kebijakan pemasaran yang sama.
- c. Pemasaran bertanggung jawab, bekerja pada konsep bahwa semua komunikasi pemasaran bertarget harus diperhitungkan dalam hal hasil atau output mereka menghasilkan.

- d. Pemasar proaktif, pada dasarnya adalah sebuah bentuk inovatif pemasaran yang didasarkan pada ide-ide baru dalam hal konten kreatif yang digunakan serta kreativitas terlibat dalam pembentukan strategi pemasaran. Itu pasti melibatkan lebih banyak kerja tapi hasil akhirnya mungkin jauh lebih baik daripada bentuk-bentuk lain pemasaran.
- e. Pemasaran kemitraan, pelanggan selalu mencari sesuatu yang lebih dari apa yang mungkin manfaat sebenarnya dari produk.

### 3. Faktor-faktor Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja penawaran dalam kaitannya dengan ekspektasi pelanggan, Menurut Mcdongall dan Laveaque sebagaimana dikutip sadono sukirno menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan dalam industri jasa, karena kepuasan merupakan tahap akhir mencapai loyalitas pelanggan.(S. R. R. Putri, 2017)

Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk.

Pelanggan akan puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

## 2. Kualitas Pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan. Seperti, sambutan yang ramah, senyuman, penggunaan bahasa yang santun dan lain-lain.

## 3. Kualitas Harga.

Sudah pasti orang menginginkan barang yang bagus dengan harga yang lebih murah atau bersaing. Jadi harga di sini lebih diartikan sebagai akibat, atau dengan kata lain harga 15 yang tinggi adalah akibat dari kualitas produk tersebut yang bagus, atau harga yang tinggi sebagai akibat dari kualitas pelayanan yang bagus.

### **C. Hasil Penelitian yang Relevan**

Berdasarkan hasil pengamatan penulis dengan membaca dan mengamati berbagai karya tulis/skripsi penelitian ini mencoba melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian yang terkait dengan penulis kaji diantaranya:

1. Puspitasari, Laili Latifah, “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi Kasus Pada Rumah Yoghurt Di Kota Batu)*”.(Puspitasari, 2016) Dalam skripsi ini disimpulkan bahwa peneliti berfokus pada penerapan etika bisnis islam terhadap tingkat profitabilitas rumah Yoghurt berdasarkan perspektif karyawan dengan menggunakan penelitian kualitatif. Hal ini menggambarkan secara sistematis bahwa peneliti berfokus pada hubungan penerapan etika bisnis islam dengan tingkat profitabilitas perusahaan dengan perspektif karyawan.
2. Hapsar Jaya, “*Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Roti Mantao (Studi Toko Sinar Terang Parepare)*”.(Jaya, 2018) Dalam skripsi ini dapat disimpulkan bahwa Pada penelitian ini berfokus pada etika bisnis islam dengan hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi pemasaran produk mantao toko sinar terang parepare adalah sesuatu dengan nilai-nilai dan prinsip terhadap etika bisnis islam yaitu *Adl*, dan *Takaful*.

3. Ida Farida “*Pengaruh Penerapan Layanan Marketing Syariah dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Rumah Makan Wong Solo Cabang Tebel)*.(Farida, 2011) Dalam isi skripsi ini penelitian menguji tentang hipotesis yang berkaitan dengan kualitas layanan rumah makan yang berlandaskan usaha islam terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Pada penelitian diatas berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan walaupun di bidang yang di bahas adalah sama dalam hal etika bisnis islam. Dalam kajian penelitian ini akan lebih membahas tentang tinjauan etika bisnis islam faktor-faktor loyalitas pelanggan pusat kuliner di jalan tondong kabupaten sinjai.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah payung bagi beragam teknik interpretif yang merupakan kombinasi dari observasi, wawancara dan analisis dokumen untuk mendeskripsikan dan memahami makna aktual, interaksi manusia dan proses proses pemaknaan sebagai anggota masyarakat. Penelitian kualitatif mengadopsi pendekatan interpretif, naturalistik untuk memahami fenomena dengan maksud membuat deskripsi tebal, yang berasal dari percakapan dan aksi anggota masyarakat. Penelitian kualitatif mengadopsi pendekatan penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi. (Ichsan & Taher, 2018)

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Peneliti dalam pandangan fenomenologi berusaha memahami arti

peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu (Hanani, 2016)

## **B. Defenisi Oprasiona**

Berdasarkan defenisi oprasional maka menjadi pokok defenisi oprasional sebagai berikut: (Ridha, 2017)

### **1. Tinjauan Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis adalah seperangkat aturan moral yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah, bohon dan jujur. Etika ini dimaksudkan untuk mengendalikan perilaku manusia dalam menjalankan aktivitas bisnis yaitu menjalankan pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan untuk memperoleh keuntungan.

### **2. Pentingnya membangun loyalitas pelanggan**

Loyalitas merupakan ukuran sejauh mana seseorang menyukai suatu produk atau jasa dengan cara berulang-ulang. Kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja penawaran dalam kaitannya dengan ekspetasi pelanggan, Menurut Mcdongall dan Laveaque sebagaimana dikutip sadono sukirno menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan dalam industri jasa, karena

kepuasan merupakan tahap akhir mencapai loyalitas pelanggan.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

#### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah faktor individu yang dijadikan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan lokasi penelitian. Subjek penelitian yang dimaksud di sini adalah pemilik tempat kuliner dan pelanggan dari beberapa sumber tersebut sangat penting dalam memberikan suatu informasi terkait dengan kebenarannya.

#### 2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu objek menjadi pusat pokok perhatian. Adapun yang menjadi pusat penelitian yaitu, Tinjauan Etika Bisnis Islam dan faktor-faktor dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan di jalan Tondong

### **D. Tehnik Pengumpulan Data**

Data penelitian dapat di peroleh dengan adanya metode pengumpulan data. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila penelitian ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan dari laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Subur, 2013)

## 2. Observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi

dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain(Salman, 2017)

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis(Wicaksono, 2018)

Dengan demikian, pada penelitian sejarah, maka bahan dokumenter memegang peranan yang amat penting. Walau metode ini banyak digunakan pada penelitian ilmu sejarah, namun kemudian ilmu-ilmu sosial lain secara serius menggunakan metode dokumentasi sebagai metode pengumpul data. Oleh karena sebenarnya sejumlah besar fakta dan data sosial tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi.interaksi sosial yang mereka ciptakan,

baik dengan sesama subjek penelitian maupun dengan pihak luar.

### **E. Keabsahan Data**

Menurut Wiliam Wiersma 1986 dalam buku Sugiyono Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini artinya sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian tersapat trigulasi sumber, trigulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Hafsah, 2018)

#### **1. Triangulasi Sumber**

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah di peroleh melalui beberiap sumber. Data yang diperoleh di analisis oleh penelitian sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya diminta persepakatan.

#### **2. Triangulasi Teknik**

Untuk menguji kredibilitasi data di lakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda maka penelitimelakukan diskusi lebih lanjut

kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data tersebut benar.

### 3. Triangulasi Waktu

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah di peroleh melalui bebagai sumber. Data yang diperoleh di analisis oleh penelitian sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya diminta kesepakatan.

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang di rumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat di simpulkan apakah hipotesis tersebut di terima atau di tolak berdasar data yang terkumpul.

Dalam hal analisis kualitatif, Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga mudah difahami, dan temuannya dapat

diinformasikan kepada orang lain. Analisis data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Merangkum, memilih hal-hal pokok memfokuskan pada yang telah direduksi memberikan gambaran yang jelas dan memberikan kemudahan pada peneliti untuk melakukan penelitian selanjutnya

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori dan sejenisnya. Dengan melakukan penyajian data akan memudahkan peneliti memahami apa yang terjadi dan melaksanakan kerja selanjutnya.

3. *Conclusion Darwing* (Verivication)

Langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan dan verivikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif akan menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.





## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Laporan Lokasi Penelitian Sinjai Utara**

##### **1. Warung Makan 888**

Warung makan 888 merupakan salah satu pusat kuliner yang dijadikan wisata kuliner oleh pemerintah kabupaten sinjai yang berada di jalan tondong, alun-alun kuliner lapangan sinjai bersatu. Warung makan 888 dikelola oleh Zul Fikar Syam dan istrinya. Dengan modal awal dari warung makan 888 ini menggunakan modal sendiri, modal usaha yang dipakai adalah sebesar Rp 15.000.000 juta rupiah. Pemerintah Sinjai membuka tempat wisata ini dengan memberi kebebasan bagi pemilik untuk menggunakan konsep apa saja. Warung makan 888 mulai terbuka pada tahun 2014, luas bangunan sekitar 4 x 8 meter. Warung makan 888 terbuka setiap hari mulai lepas mangrib (ENRE, 2018)

Tabel 4.1 Daftar Menu Makanan Warung  
Makan 888

Daftar Menu Makanan	Harga
<i>Ayam Penyet + Nasi</i>	<i>Rp 20.000</i>
<i>Ayam Goreng + Nasi</i>	<i>Rp 20.000</i>
<i>Nasi Goreng 888</i>	
- <i>Nasi Goreng Ayam</i>	<i>Rp 17.000</i>
- <i>Nasi Gereng Telur</i>	<i>Rp 10.000</i>
<i>Sop Ayam</i>	<i>Rp 15.000</i>
<i>Mie Siram/Rebus</i>	<i>Rp 8.000</i>
<i>Mie Goreng Instan</i>	<i>Rp 8.000</i>
<i>Mie Siram/Rebus + Telur</i>	<i>Rp 10.000</i>
<i>Mie Goreng + Telur</i>	<i>Rp 10.000</i>
<i>Telut (Masak/Dadar)</i>	<i>Rp 3.000</i>
<i>Nasi Putih</i>	<i>Rp 5.000</i>
<i>Gorengan Bakwan</i>	<i>Rp 10.000</i>

Tabel 4.2 Daftar Menu Minuman Warung  
Makan 888

Daftar Menu Minuman	Harga
<i>Teh Manis</i>	<i>Rp 5.000</i>
<i>Teh Susu</i>	<i>Rp 7.000</i>

<i>Kopi Hitam</i>	<i>Rp 5.000</i>
<i>Kopi Susu</i>	<i>Rp 7.000</i>
<i>Good Day</i>	<i>Rp 5.000</i>
<i>Milo</i>	<i>Rp 5.000</i>
<i>Es Teh</i>	<i>Rp 5.000</i>
<i>Jus Aneka Rasa</i>	<i>Rp 5.000</i>
<i>Jeruk</i>	<i>Rp 5.000</i>
<i>Alvokado</i>	<i>Rp 5.000</i>
<i>Coklat</i>	<i>Rp 5.000</i>

## 2. Cafe Karampuang

Cafe karampuang merupakan salah satu kadai yang dijadikan salah satu tempat kuliner oleh pemerintah kabupaten sinjai yang berada di jalan tondong, alun-alaun kuliner lapangan sinjai bersatu dengan cafe-cafe lainnya. Cafe Karampuang dikelola oleh A. Fahrul. Modal awal dari cafe karampuang ini menggunakan uang pinjaman dari bank sebagai modal awal sejumlah Rp 110.000.000 juta rupiah. Pemerintah Sinjai membuka tempat wisata ini dengan memberi kebebasan bagi pemilik untuk menggunakan konsep apa saja.

Cafe karampuang bukan pada tahun 2015 dengan luas lokasi sekitar 6 x 4 meter. Cafe karampuang ini memiliki konsop moderen untuk membuat tempat tersebut menarik dan mengundang pengunjung. Cafe ini mempekerjakan sebanyak lima pegawai. Cafe karampuang ini buka setiap hari mulai pukul 09.00 sampai pukul 00.00 dini hari.

Tabel4. 3 Daftar menu Cefe Karampuang

Nama Menu makanan dan minuman	Harga
<b>❖ FRAPPUCINO + ICE CREAM</b>	
<i>Hazelnut Frappuelno</i>	<i>15/20 K</i>
<i>Cramel Frappuelno</i>	<i>15/20 K</i>
<i>Vanila Frappuelno</i>	<i>15/20 K</i>
<i>Chococino</i>	<i>15/20 K</i>
<b>❖ OVER ICE</b>	
<i>Jusmine Green Tea</i>	<i>13 K</i>
<i>Ice Chocolatos</i>	<i>13 K</i>
<i>Ice Thaitea</i>	<i>13 K</i>
<i>Red Valvet</i>	<i>13 K</i>
<i>Ice Vanila</i>	<i>13 K</i>

<i>Taro</i>	<i>13 K</i>
<b>❖ ICE BLEND + ICE CREAM</b>	
<i>Ice Cream Bowl</i>	<i>20 k</i>
<i>Ice Cream Avogato</i>	<i>15/18k</i>
<i>Ice Blend Jasmine Green Tea</i>	<i>15/18k</i>
<i>Ice Blend Mochacino</i>	<i>15/18k</i>
<i>Ice Blend Cappucino</i>	<i>15/18k</i>
<i>Ice Blend Red Velvet</i>	<i>15/18k</i>
<i>Ice Blend Chocolate</i>	<i>15/18k</i>
<i>Ice Blend Taro</i>	<i>15/18k</i>
<b>❖ FRUIT</b>	
<i>Juice Alvukat</i>	<i>12K</i>
<i>Juice Buah Naga</i>	<i>12K</i>
<i>Juice Apel</i>	<i>12K</i>
<i>Juice Pir</i>	<i>12K</i>
<i>Alvukat Serut</i>	<i>15K</i>
<i>Lemon Tea</i>	<i>12K</i>
<b>❖ ICE COFFEE</b>	
<i>Ice Coffee Hazelnut</i>	<i>15K</i>
<i>Ice Coffee Tiramisu</i>	<i>15K</i>
<i>Ice Coffee Caramel</i>	<i>15K</i>

<i>Ice Coffee Mantan</i>	15K
<i>Ice Coffee Mertua</i>	20K
<i>Ice Coffee Vanila</i>	15K
<i>Ice Cappucino</i>	15K
<b>❖ OREO + ICE CREAM</b>	
<i>Oreo Vanila Latte</i>	13/15K
<i>Oreo Coco Coffe</i>	13/15K
<i>Oreo Hazelnut</i>	13/15K
<i>Oreo Milo</i>	13/15K
<i>Oreo vanila Twis</i>	15/18K
<b>❖ HOT COFFEE</b>	
<i>Kopi Susu</i>	13K
<i>Kopi Hitam</i>	10K
<i>Americano Hazelnut</i>	15K
<i>Hot Chocolate</i>	15K
<i>Hot Milo</i>	15K
<i>Hot GreenTea</i>	15K
<i>Hot Cappucino</i>	15K
<b>❖ FOOD</b>	
<i>Mie Becek</i>	15K
<i>Mie Goreng</i>	15K
<b>❖ SNACK</b>	

<i>Kentang Goreng</i>	<i>15K</i>
<i>Pisang Nagget</i>	<i>12K</i>
<i>Roti Bakar</i>	<i>15k</i>

### 3. Cafe Anugrah

Cafe Anugrah merupakan salah satu kedai yang di jadikan wisata kuliner oleh pemerintah kabupaten sinjai yang berada di jalan tondong, alun-alun kuliner lapangan sinjai bersatu dengan cafe-cafe lainnya. Cafe Anugrah ini dikelola oleh Sitti Aisah Sar. Modal awal dari cafe ini menggunakan uang pinjaman dan modal usaha yang di pakai adalah 25.000.000 juta rupiah. Pemerintah sinjai membuka tempat wisata kuliner ini pada tanggal 30 januari 2019 cafe anugrah diresmikan dan di buka dengan konsep yang menarik dengan luas bangunan sekitar 8 x 10 meter. Cafe Anugrah ini memiliki konsop moderen untuk membuat tempat tersebut menarik dan mengundang pengunjung. Warung Makan Anugrah Cikqiran ini buka setiap hari mulai pukul 11.00 sampai pukul 22.00 dini hari.

Tabel4. 4 Daftar menu Cefe Anugrah

Nama menu makanan	Harga
-------------------	-------



<b>❖ COFFE</b>	
<i>Ekspereso</i>	Rp. 12.000
<i>Coffe Latte</i>	Rp. 17.000
<i>Capucino</i>	Rp. 17.000
<i>Coffe Moka</i>	Rp. 17.000
<i>Coffe Vanila</i>	Rp. 17.000
<i>Coffe Susu</i>	Rp. 17.000
<i>Coffe Biasa</i>	Rp. 12.000
<b>❖ SODA</b>	
<i>Lemon Italian Soda</i>	Rp. 17.000
<i>Vanila Italian Soda</i>	Rp. 17.000
<i>Lecy Italian Soda</i>	Rp. 17.000
<i>Melon Italian Soda</i>	Rp. 17.000
<i>Rembow</i>	Rp. 17.000
<i>Strowberry</i>	Rp. 17.000
<b>❖ BREW</b>	
<i>Vietnam Trip</i>	Rp. 17.000
<i>Juice</i>	
<i>Juice Apple</i>	Rp. 17.000
<i>Juice Naga</i>	Rp. 17.000
<i>Juice Jeruk</i>	Rp. 17.000
<i>Juice Alvokado</i>	Rp. 17.000

<i>Juice Lemonade</i>	Rp. 17.000
❖ <b>TEA</b>	
<i>Green Tea</i>	Rp. 17.000
<i>Thai Tea</i>	Rp. 17.000
<i>Lemon Tea</i>	Rp. 17.000
<i>Original Tea</i>	Rp. 17.000

## **B. Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara**

secara bahasa, Syariat (al-syari'ah) berarti sumber air minum (mawarid al-ma'li istisqa) atau jalan lurus (at-thariq al-mustaqim). Sedangkan secara istilah syariah bermakna perundang-undangan yang diturunkan Allah Swt melalui ibadah, akhlak, makanan, minuman, pakaian maupun muamalah (intraksi sesama manusia dalam berbagai aspek kehidupan) guna meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Ada empat prinsip (aksioma) dalam ilmu ekonomi islam yang mesti diterapkan dalam bisnis syariah, yaitu: Tauhid (Unity/kesatuan), keseimbangan atau kesejajaran (Equilibrium), kehendak bebas (Free Will), dan tanggung jawab (Responsibility).

Tauhid mengantarkan manusia pada pengakuan akan kekuasaan Allah selaku Tuhan semesta alam. Dalam kandungannya menyakini bahwa segala sesuatu yang ada di alam bersumber dan berakhir kepadanya. Dialah pemilik mektlak dan absolut atas semua yang diciptakannya. Oleh sebab itu segala aktivitas khususnya dalam muamalah dalam bisnis manusia hendaknya mengikuti aturan-aturan yang ada jangan sampai menyalahi batas-batas yang telah diberikan. Keseimbangan atau krsejajaran (Equilibrium) merupakan konsep yang menunjukkan adanya keadilan sosial. Kehendak bebas (Free Will) yaitu manusia mempunyai suatu potensi dalam menentukan pilihan-pilihan yang beragam, karena kebebasan manusia tidak dibatasi. Tetapi dalam kehendak bebas yang diberikan allah kepada manusia harus sejalan dengan perinsip dasar diciptakannya manusia yaitu sebagai khalifa di bumi. Sehingga kehendak bebas itu harus sejalan dengan kemaslahatan kepentingan individu terlebih lagi pada kepentingan umat.

Tanggung jawab (Responsibility) terkait erat dengan tanggung jawab manusia atas segala aktifitas dilakukan kepada Tuhan dan juga tanggung jawab

kepada manusia atas sebagai masyarakat. Karna manusia hidup sendiri dia tidak lepas dari hukum yang dibuat oleh manusia itu sendiri sebagai komunitas sosial. Tanggung jawab kepada Tuhan tentunya diakhirat, tapi tanggung jawab kepada manusia didapat di dunia berupa hukum-hukum formal maupun hukum non formal seperti sangsi moral dan lain sebagainya.

Perbedaan etika bisnis syariah dengan etika bisnis yang selama ini diciptakan dalam kajian ekonomi terletak pada landasan tauhid dan orientasi jangka panjang (akhirat). Perinsip ini pertama sangat internal, yang berarti perusahaan memiliki manajemen internal yang distrinatif plus pendidikan. Sedangkan dua, cukup eksternal memiliki aspek trasparasi akuntabilitas, jujur dan tanggung jawab. Demikian kesediaan perusahaan untuk memperhatikan aspek lingkungan masyarakat sebagai stake holder perusahaan.

#### 1. Pemahaman Etika Bisnis Islam

Perdagangan mempunyai peranan dalam memperoleh harta. Perdagangan lebih baik dari pertanian dengan pekerjaan lainnya. Seperti yang kita ketahui bersama bahwa sejarah menyaksikan bagaimana masyarakat memperoleh kemakmuran

dan bagaimana bangsa-bangsa mendapatkan keberuntungan dan kebesaran melalui perdagangan. Islam mengakui peranan perdagangan untuk mendapatkan keberuntungan dan kebesaran. Namun islam membatasi cara mendapatkan keuntungan dan kebebasan tersebut dengan tidak melakukan kezaliman terhadap sesama terutama dalam berbisnis yang harus dilakukan dengan suka sama suka bagaimana firman Allah, QS an-Nisa/4:29



Terjemahannya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya allah maha penyayang kepadamu.

Dengan penelitian, ini pengindikasian bahwa etika bisnis islam membawa keuntungan serta adanya peluang untuk terimplementasinya etika

bisnis melakukan bisnis kuliner di jalan tondong sebab mayoritas informan beranggapan bahwa etika bisnis islam membawa keuntungan dan sangat penting untuk mengetahui dan memahami etika bisnis khususnya pebisnis. Hal ini seperti yang terungkap dari hasil wawancara penelitian dengan salah satu pedangan kuliner di jalan tondong yaitu: Zul Fikar Syam terkait tentang sikap jujur dan dapat keberuntungan dan keberkahan dalam berdagang keterangan wawancara peneliti mengatakan bahwa:

”Ya, menurut saya sikap jujur sangat penting, karena dapat membuat pembeli percaya kepada kita dan otomatis pembeli tersebut akan menjadi pelanggan tetap, dan yang saya rasakan adalah kejujuran membawa keberkahan, biar sedikit yang penting berkah, tetapi jika kita mau kuntung banyak ya, silahkan membuat curang, tetapi perbuatan itu tidak ada gunanya karna curang dapat merugikan sehingga kita dapat kehilangan pelanggan.”

Sikap jujur dapat pula dikatakan sebagai mata uang yang paling berharga bagi seseorang pebisnis karena dapat mendapatkan keberuntungan dan keberkahan sehingga bisnis pada akhirnya dapat terus eksis dan berkembang terlebih lagi keberkahannya. Oleh karena itu mengetahui dan

memahami etika bisnis dalam berdagang sangat penting agar tercipta persaingan yang sehat dikalangan pedangan.

## 2. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara

Sejarah telah mencatat pengalaman pertama kali muhammad sebagai seorang pedagang, pada waktu Muhammad baru berusia 12 tahun dan melakukan perjalanan dagangnya yang pertama ke Syiria bersama pamannya yaitu Abu Talib Ibn Abdul Mutalib, untuk selanjutnya Muhammad tumbuh dewasa dan mendapat pelajaran banyak tentang bisnis perdagangan dibawah asuhan pamannya. Afzalurrahman dalam bukunya 'Muhammad sebagai seorang pedagang. Menyebutkan Nabi Muhammad saw., memulai karirnya sebagai seorang pedangang sejak umur 18-30 tahun. Setelah sebelumnya sempat menjadi seorang pengembala. Pada usia tersebut Nabi suka membeli barang-barang dari pasar dan kemudian menjualnya, selanjutnya setelah beberapa lama beliau dipercaya oleh para pemilik modal untuk menjalangkan modalnya karena kecerdasan dan kejujurannya.

Nabi Muhammad sempat melakukan perjalanan ke beberapa negara tetangga, seperti Syria, Yaman, Bahrain dan pusat-pusat kota perdagangan lainnya, sampai berulang lima kali, perjalanannya yang paling dikenal adalah pada saat ke Yaman, ketika Nabi mendapatkan keuntungan dua kalilipa dari bisnis yang dijalankannya bersama mitra Siti Khadijah. (Ikbal & Rosnaeni, 2018)

Muhammad telah melakukan transaksi perdagangan dengan jujur, adil dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh dan kecewa, dia selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya sesuai dengan standar kualitas dengan baik. Lebih dari itu Muhammad juga meletakkan prinsip-prinsip dasar dalam melakukan transaksi dengan secara adil. Kejujuran dan keterbukaan Muhammad dalam melakukan transaksi perdagangan merupakan teladan abadi bagi para pengusaha generasi.

Empat pilar sifat atau *attitude* yang berkembang menjadi sistem bisnis yang *shiddiq*, *Amanah*, *Fathanah* dan *Thabligh* menjadi pedoman bagi kesuksesannya bisnis sepanjang masa. *Shiddiq*



membantu perilaku untuk tidak berbuat curang, menjual barang dengan menyatakan realitas barang dagangan, tidak mengurangi tekanandan timbangan. Menjelaskan spesifikasi dalam bisnis moderen dengan menyatakan spekulasi produk, kadaluwarsa dan juga komposisi. Produk yang memiliki komponeng shiddiq memiliki umur panjang dan dicari oleh konsumen. Hal ini yang akan melahirkan konsumen yang puas dan menjadi pelanggan yang tetap.

Dalam sejarah tercatat bahwa modal dasar perdangangan atau berbisnis yang diajarkan Nabi Muhammad saw., adalah kejujuran, sehingga rasa simpati konsumen pada beliau semakin meningkat hal ini tercermin dari keuntungan yang dicapai pada masa relatif sehingga tanpa harus menghindari etika bisnis yang berlaku dalam tradisi di masyarakat arab yang disesuaikan prinsip-prinsip islam. Pada umumnya ada empat hal yang menjadi kunci sukses Nabi Muhammad saw., sebagai seorang pedagang yaitu: sifat *siddiq, tabliiq, amana dan fathonah*. Keempat sifat tersebut merupakan sifat yang sangat penting yang menonjol dari Nabi

Muhammad saw., dan sangat dikenal dikalangan ulama. Namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis. Oleh karena itu penelitian menelusuri sejauh mana etika bisnis islam yang dicontohkan oleh Rasulullah dalam berdagang atau berbisnis.

Selanjutnya dapat dilihat berdasarkan dari hasil penelitian yang meneliti perolehan lapangan, dengan tehnik observasi dan wawancara kepada para pemilik kedai pusat kuliner di jalan tondong.

Adapun penjelasan masing-masing indikator tersebut sebagai berikut:

a. *Siddiq* (Jujur/Benar)

Jujur adalah merupakan sikap yang sangat urgen dalam hal bisnis, dan merupakan sikap yang mendasar dan harus ada dalam kegiatan bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan tentang ajaran islam. Tidak ada kontradiksi dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Untuk menetapkan kejujuran dalam dunia bisnis, maka Rasulullah menetapkan adanya hak memilih antara penjual dan pembeli, untuk melanjutkan atau

membatalkan suatu transaksi bisnis, Rasulullah bersabda:

Artinya:

Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum berpisah, jika keduanya bersikap benar dan mau menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapat berkah dari jual-belinya. Namun, jika keduanya saling berbohong dan menutup aib barang dagangan itu (maka jika mereka mendapat laba), hilanglah berkah jual beli itu.

Ciri-ciri pelaku bisnis yang jujur yaitu tidak menggugulkan dan memuji barang dagangannya dan pembeli tidak menjaga barang beliannya. Seiring dengan perkembangan teknologi, di era moderen seperti saat ini, maka berkembang pula modal penjualan dan pembelian barang melalui media online dan tidak menutup kemungkinan terjadi tipu menipu atau tindakan curang oleh karenanya sangat penting adanya prinsip kejujuran dalam bisnis kapan dan dimana pun berada.

Dengan demikian penelitian memberikan kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis oleh pemilik kedai pusat kuliner terkait dengan

kejujuran dalam proses jual beli telah sedikit memedahi.

Hal tersebut diatas diperkuat oleh seorang pemilik kedai Warung makan 888 pusat kuliner jalan tondong. Sebagaiman Zul Fikar Syam dalam keteranga wawancara penelitian mengatakan bahwa:

Begini dek, kalau kita tidak jujur dalam melakukan janganan harap bisnis tersebut bisa bertahan lama. Siapa pun yang membuat usaha jika tidak jujur, itupun kalau langsung meningkat tunggu tidak lama itu dia akan menurung dengan sendirinya. Tapi jika kita bersih jujur memeng orang kadang bilang agak susah untuk diterapkan etika bisnis tersebut tapi insyaallah usaha akan berjalan lama.

Hal tersebut diungkapkan pulah oleh salah seorang karyawan pemilik kedai cafe karampuang pusat kuliner jalan tondong. Sebagaimana Iksan keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

Iya, begini dalam melalyani pembeli kita harus jujur, jika menu yang di pesan tidak ada atau habis saya akan memberitahunya dan menyakininya bahwa menu yang anda pesan habis dan pembeli dapat memesan menu lain.

Selanjutnya salah satu karyawan dari Cafe Anugrah membenarkan dalam keterangan hasil wawancara penelitian mengatakan bahwa:

Dalam hal melayani pembeli akan lebih baik pemilik kedai atau kariwan harus pintar-pinjar mengambil hati pelanggannya dan jujur dalam melayaninya.

Dengan demikian, kita harus menyadari bahwa melakukan bisnis harus dengan etika, hal tersebut dapat kita mulai dari diri kita sendiri untuk selanjutnya dapat ditanamkan dalam masyarakat. Dengan cara melakukan pendalaman tentang ajaran agama dan melakukan hubungan bisnis sesuai dengan etika bisnis yang tidak merugikan grekan bisnis, hendaknya dalam melakukan sesuatu selalu mengikuti kata hati, karena kata hati sesuai dengan agama, sebab jika seseorang ingin melakuka kejahatan kepada orang lain, maka hatinya ,berkata bahwa perbuatan itu tidak baik dan berdosa dengan demikian apabila ingin melakuan sesuatu yang dapat merugikan orang lain sebaiknya tanyakan terlebih dahulu kepada diri sendiri apakah kita merasa senang apabila orang lain berbuat demikian.

b. *Amanah* (Terpercaya)

Setelah jujur sikap *amanah* juga sangat dianjurkan dalam aktivitas bisnis, kejujuran *amanah* mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pasti orang tersebut *amanah* (terpercaya). Maksudnya *amanah* adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain. Allah memerintahkan agar umat islam menunaikan *amanah* kepada orang yang berhak menerimanya dan jika memutuskan jsesuatu perkara hendaknya dengan adil.

Sebagaiman Zul Fikar Syam dalam keterangan hasil wawancara kepada peneliti menerangkan bahwa:

Kesuksesan dan keberuntungan pebisnis itu terletak pada bagaimana dia dalam menerapkan sikap *amanah*, sehingga pelanggan benar-benar mempercayainya.

Lebih jauh Sitti Aisah Sar sebagai pemili kedai Cafe Anugrah dalam wawancara oleh peneliti menegaskan bahwa:

Kita memang harus memupuk rasa kepercayaan kepada pelanggan. Miaslnya saja jika ada

pelanggan yang ingin memesan makanan yang telah habis maka kami akan memberitahunya bahwa makan yang anda pesan sudah habis atau sdah tidak ada.

Sikap *amanah* menjadi sistem yang dikembangkan dengan memberikan standar kualitas produk. Perkembangan selanjutnya adalah *amanah* ini berupa pemberian kerja dan usaha. Sistem *amanah* inilah berkembang menjadi sistem levaluasi untuk menunjukkan tingkat *amanah* yang diberikan untuk pengelolah bisnis. Dapat dipercaya oleh mitra bisnis, sukses termasuk masyarakat dan negara, menerapkan sikap keterbukaan dan *amanah*, menyampaikan apa adanya, akan membawa perdagangan dalam mencapai keuntungan dan keberkahan yang diridhai oleh allah swt.

c. *Fathana* (cerdas)

Dalam bisnis, implikasi ekonomi dalam sifat *fathana* adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan akal yang ada untuk mencapai tujuan, harus memiliki sifat jujur, benar dan bertanggung jawab sejak tidak cukup

dalam mengelolah bisnis secara profesional. Yang terpenting pula para pelaku bisnis harus memiliki sifat *fatamah* yaitu sifat cerdas, cerdik dan bijaksan agar usahanya dapat efektif dan efesien serta mampu mengatasi situasi persaingan pebisnis yang akan datang.

Sifar *fatamah* yang dimiliki Nabi Muhammad saw., (sebelum menjadi nabi) mengantarkan menjadi seseornag pedagan yang berhasil, oleh karena itu kita harus mencontoh sifat-sifat Rasulullah termasuk sifat *fatamah* dalam berdagang agar menjadi pelaku bisnis yang sukses dimasa depan dengan memanfaatkan kemajuan ilmu teknologi.

Salah satu prinsip-prinsip bisnis Rasulullah saw, yaitu sifat *fatamah* yang berarti cakap atau cerdas. Dalam hal ini *fatamah* meliputi dua unsur yaitu:

- a) *Fatamah* dalam hal adminitrasi/manajemen, artinya hal-hal yang berkenaan dengan aktivitas harus dicatat atau dibukukan secara rapi agar tetap bisa menjaga *amanah* dan sifat Shiddiqnya A. Fahrul dalam wawancara dengan penelitian, bahwa:



Dengan mengadakan pencatatan-pencatatan manual, ini sangat membantu memberikan informasi seberapa banyak keuntungan pada setiap harinya. Terlebih lagi ini akan menjadi lebih mudah mengetahui menu makan apa saja yang kurang dan menu apa saja yang cepat habis.

Dalam hal ini, Sitti Aisah Sar mengatakan hal yang sama dari hasil wawancara oleh peneliti menjelaskan bahwa:

Hal semacam memudahkan terkait dalam penerapan sikap *fatamah*. Sehingga dalam bisnis terbit administrasi.

Dengan demikian *fatamah* dapat peneliti pahami bahwa *fatamah* terkait dengan strategi pemasaran. (kiat membangun citra), sifat *fatamah* sebagai pilar kesuksesan bisnis Muhammad saw, dikembangkan untuk membangun produk dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen terkhusus kepada pemilik kedai pusat kuliner.

- b) *Fatamah* dalam hal mengkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun harta. Dalam hal *fatamah* ini Rasulullah mencontohkan tidak mengambil keuntungan yang terlalu tinggi dibanding dengan saudagar lainnya. Sehingga barang beliau cepat laku. Namun dalam hal ini

tidak ditemui pada pemilik pusat kuliner. Hal ini terungkap oleh beberapa pemilik pusat kuliner dalam hasil wawancara oleh peneliti mereka menerangkan bahwa:

Bagi kami sebagai pemilik pusat kuliner keuntungan besar yang kami dapatkan dari pembeli, karena distributor utama dari pembeli atau pelanggan.

Dengan demikian *fatamah* disini berkaitan dengan strategi pemasaran (kiat membangun citra). kiat membangun citra dari uswah Rasulullah saw., meliputi: penampilan, pelanggan, baik menyangkut besaran (kuantitas) maupun kualitas.

d. *Tabligh* (komunitatif-promotif)

Sifat *tabligh* artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat *tabligh* harus komunikatif dan argumentatif.

Penelitian mendedikasikan bagaimana seseorang pemilik kuliner memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan. Iksan mengatakan bahwa:

Sebagai sesama pemilik kuliner saling menghormati satu sama lain. Sopan dan senyum ketika melayani pembeli. Tidak ada satu pihak pun melanggar hak-hak pihak lain. Dan harus sadar dengan kewajibannya masing-masing. Agar sesuai

dengan kondusif dapat tercipta dalam dunia bisnis, yang tentu akan memberikan kemaslahatan kepada semua pihak.

Pelayanan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan harus seimbang antara hak dan kewajiban, karena jika dari salah satu ini tidak terpenuhi berarti salah satunya, baik pihak pemilik pemilik kuliner maupun pembeli mereka dirugikan. Agar tidak ada yang merasa dirugikan secara sepihak maka kedua hal tersebut, harus dipahami antara hak dan kewajiban harus seimbang, tidak boleh melakukan pemaksaan dalam berbisnis.

Sebagaimana ibu inah dari wawancara oleh penelitian mengatakan:

Saya tidak mau memaksa pelanggan untuk membeli makanan yang saya jual, karena saya sudah mempromosikan, tentunya mereka (konsumen) sudah paham dengan kualitas produk makanan. Dan ketika tidak menjadi pembelinya tidak apa-apa.

Menurut Hermawan, “bahwa jika menjadi pemasar ia harus mampu menyampaikan keunggulan produknya dengan jujur, dengan begitu buru ia mampu menjadi seseorang komunikator

yang baik, sabar dalam menghadapi pelanggan tidak mudah marah dan kecewa.

### **C. Faktor-faktor yang menyebabkan peningkatan Loyalitas Pelanggan Disuatu Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara**

Kepuasan pelanggan yaitu respon atau tanggapan yang diberikan kepada konsumen setelah terpenuhinya kebutuhan mereka akan sebuah produk dan jasa sehingga para konsumen memperoleh rasa nyaman dan senang karena harapannya terpenuhi. Selain itu kepuasan pelanggan sering dijadikan salah satu tujuan utama dari strategi pemasaran bisnis, baik bisnis yang dijalankan dengan memproduksi barang maupun jasa.

Kepuasan pelanggan ternyata juga dapat mempengaruhi omset penjualan yang dihasilkan. Jika pelanggan merasa puas dengan produk maka permintaan akan meningkat dan omset penjualan pun ikut naik, sebaliknya jika pelanggan tidak merasa puas maka permintaan akan menurun begitu juga dengan omset penjualan. Hal penting lainnya yang harus diperhatikan yaitu, pelanggan yang kurang puas dengan suatu produk yang ditawarkan. Adapun faktor-faktor

yang pengaruh loyalitas pelanggan disuatu pusat kuliner yaitu:

#### 1. Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan pusat kuliner di jalan tondong ini menyatakan bahwa lokasi tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil penelitian yang di dapatkan bahwa sebagai responden menganggap bahwa lokasi tempat ini sangat strategis buat pusat kuliner. Hal ini dikarenakan faktor penentuan letak pusat kuliner di jalan tondong sangat bagus sehingga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan konsumen. Loyalitas pelanggan tercipta karena adanya hubungan konsumen antara pelanggan dengan penjual. Hubungan yang harmonis ini tercipta karena adanya kepuasan pelanggan dari pihak pelanggan. Sebagaimana Zul Fikar Syam dalam keteranga wawancara penelitian mengatakan bahwa: Iya, tempat ini sangat menarik untuk dikunjungi karena tempat ini sangat strategis dan banyak yang datang mengunjungi tempat ini.

Hal tersebut diungkapkan pula oleh salah seorang karyawan pemilik kedai cafe karampuang

pusat kuliner jalan tondong. Sebagaimana Iksan keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

Tempat ini sangat bagus apalagi kalau ada acara di tempat ini pasti ramai dengan pengunjung yang datang. Dan omset penjual pun akan bertambah dari hari-hari sebelumnya.

## 2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian yang di lakukan di jalan tondong menyatakan bahwa pelayanan sangat berpengaruh positif dan signifikansi terhadap loyalitas pelanggan dan konsumen dikarenakan adanya beberapa faktor, misalnya karyawan menyakinkan bahwa makan atau minuman yang dia pesan kosong atau habis. Sehingga pelanggan dapat memesan makanan dan minuman yang lain.

Loyalitas pelanggan tercipta karena adanya hubungan harmonis antara pelanggan dan pemilik pusat kuliner. Hubungan harmonis ini tercipta karena adanya kepuasan dari pihak pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh antara pelayanan dengan loyalitas konsumen. Artinya, pelayanan karyawan di pusat kuliner yang baik mempengaruhi loyalitas konsumen atau membantu

sikap loyal konsumen. Hal ini disebabkan karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan pusat kuliner di jalan tondong sudah cukup optimal, misalnya dalam merespon dan bertindak cepat untuk melayani konsumen.

### 3. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian yang dilakukan pusat kuliner di jalan tondong ini menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikansi terhadap loyalitas pelanggan. Harga sangat mempengaruhi orang yang singgan dan memesan di tempat pusat kuliner. Untuk membangun loyalitas pelanggan, dapat ditempuh dengan cara memberikan harga yang dapat di jangkau oleh pelanggan. Loyalitas pelanggan tercipta karna adanya hubungan yang harmonis antara pelanggan dan konsumen. Hubungan harmonis tercipta karna adanya kepuasan dari pihak pelanggan. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara harga terhadap pelanggan dan konsumen. Artinya, harga makanan dan minuman pusat kuliner di jalan tondong mempengaruhi konsumen untuk loyal atau membentuk loyalitas konsumen.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2015). Perbandingan antara harapan dan kinerja tersebut akan menghasilkan perasaan senang atau kecewa dibenak pelanggan. Apabila kinerja sesuai bahkan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa senang atau puas. Sebaliknya apabila kinerja berada di bawah harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas.

Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Edvardsson, et al, 2000). Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap satu produk yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai ekspektasi tertentu.

Ada beberapa cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu:



1. Meningkatkan peningkatan kualitas produk

Pemilik usaha kuliner harus memastikan bahwa produk yang dijual harus memiliki kualitas baik untuk pelanggan. Pemilik usaha atau karyawan harus benar-benar melakukan pengecekan terhadap produk secara terus menerus agar kualitas yang produk tidak menurun. Apabila kualitas produk menurun konsumen akan berbalik ke produk yang lain atau berpindah ketempat pusat kuliner lain.

2. Memberikan pelayanan yang memuaskan

Layanan merupakan salah satu hal yang mendukung penjualan bagi pengusaha di pusat kuliner. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua konsumen adalah langkah yang perlu dilakukan agar konsumen datang lagi untuk membeli produk yang telah disediakan. Jika, konsumen harus merasa puas atas pelayanan yang di berikan oleh pemilik pusat kulinet.

3. Memberikan inovasi produk

Sebuah produk yang melakukan suatu inovasi akan datang dengan sendirinyamembangun loyalitas konsumen. Kebutuhan konsumen akan selalu

berubah dan ingin mendapatkan lebih sehingga pusat kuliner menyediakan inovasi terhadap produk. Inovasi yang dilakukan dengan cara mengganti menu-menu lama ke menu-menu baru, ada pun jasa yang dilakuak pengiriman. Sehingga seseorang pebisnis harus melakuakn inovasi produk dan jasa mereka di era internet saat ini.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penyajian, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa kesimpulan yaitu:

1. Etika bisnis islam memberi keuntungan dan peluang untuk terimplementasinya etika bisnis, melakukan bisnis kuliner dijalan tondong kecamatan sinjai utarakarena mayoritas informan beranggapan bahwa etika bisnis islam membawa keuntungan dan sangat penting untuk mengetahui dan memahami etika bisnis khususnya parabisnis yang ada di jalantondong, seperti warung makan 888, cafe karampuang dan cafe anugrah. Dengan demikian, pemilik pusat kuliner perlu menyadari bahwa melakukan bisnis harus dengan etika, hal tersebut dapat kita mulai dari diri sendiri untuk selanjutnya dapat ditanamkan dalam masyarakat. Dengan cara melakukan pendalaman tentang ajaran agama dan melakukan hubungan bisnis sesuai dengan etika bisnis yang tidak merugikan gerakan

bisnis, hendaknya dalam melakukan sesuatu selalu mengikuti kata hati, karena kata hati sesuai dengan agama, sebab jika seseorang ingin melakukan kejahatan kepada orang lain. Maka hatinya, berkata bahwa perbuatan itu tidak baik dan berdosa dengan demikian apabila ingin melakukan sesuatu yang dapat merugikan orang lain sebaiknya tanyakan terlebih dahulu kepada diri sendiri apakah kita merasa senang apabila orang lain berbuat demikian.

2. Dari hasil penelitian yang dilakukan pusat kuliner di jalan tondong menyatakan bahwa lokasi tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan disuatu pusat kuliner yaitu: pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di pusat kuliner, pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan. Sebagian responden menganggap bahwa lokasi tempat ini sangat strategis buat pusat kuliner.

Loyalitas pelanggan tercipta karena adanya hubungan harmonis antara pelanggan dan pemilik pusat kuliner. Hubungan harmonis ini tercipta

karena adanya kepuasan dari pihak pelanggan. Dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara pelayanan dengan loyalitas konsumen. Artinya, pelayanan karyawan dipusat kuliner yang strategis mempengaruhi loyalitas konsumen atau membantu sikap loyal konsumen.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dituangkan dalam kesimpulan sebelumnya, maka penulis menyatakan:

1. Diharapkan kepada pemilik pusat kuliner di jalan tondong agar menerapkan etika bisnis islam yang kuat karena masih banyak yang kurang memahami tentang etika yang baik.
2. Diharapkan kepada Pemilik usaha kuliner harus pintar-pintar dalam menarik konsumen agar tetap loyal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W. R., & Lubis, E. E. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Event Tupperware Home Party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen PT. Riau Cahaya Utami di Kota Pekanbaru) [PhD Thesis]. Riau University.
- Al Arif, M. N. R. (2012). Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoretis Praktis. Pustaka Setia.
- ALFIANI, A. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi pada PT Menes Motor Labuan Pandeglang) [PhD Thesis]. Universitas Islam Negeri" Sultan Maulana Hasanuddin" Banten.
- Aprianto, N. E. K. (2016). Kebijakan Distribusi dalam Pembangunan Ekonomi Islam. Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah, 8(2).

Aziz, A. (2013). Etika bisnis Perspektif islam. Bandung: Alfabeta.

Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1–17.

Dewantara, A. W. (2013). Merefleksikan Hubungan antara Etika Aristotelian dan Bisnis dengan Studi Kasus Lumpur Lapindo. *Arete*, 2(1), 23–40.

Dhadang, D., Amboningtyas, D., & Malik, D. (2017). The Influence Of Location, Price, And Promotion To Customer Loyalty (Case Study Of Photocopy Buisness In Ronggolawe Shop Semarang). *Journal of Management*, 3(3).

Djakfar, H. M., & SH, M. A. (2012). Etika bisnis: Menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi. Penebar PLUS+.

Dwiyanti, R., & Sabeni, A. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Auditor Switching Secara Voluntary (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2012) [PhD Thesis]. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.

ENRE, A. (2018). TINJAUAN ISLAM TENTANG PENENTUAN HARGA JUAL AYAM PEDAGING DI KECAMATAN SINJAI SELATAN [Diploma, INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI]. <http://repository.iaimsinjai.ac.id/id/eprint/272/>

Fajerin, N. (2016). Kerjasama Petani Karet Dengan PTPN VII Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Di Desa Padang Kuas Kec. Sukaraja Kab. Seluma) [PhD Thesis]. IAIN Bengkulu.

Farida, I. (2011). Pengaruh penerapan layanan marketing syariah dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan: Rumah makan Wong Solo Cabang Tebet.



Fariz, M. J. (2018). Implementasi etika syariah marketer pada Bank BRI Syariah KCP Kepanjen [PhD Thesis].

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Hadipranoto, M. R. (2015). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Karakteristik Pemasaran Syariah (Studi Kasus Pelanggan Bunker Rabbani Bandung Raya) [PhD Thesis]. Fakultas Syari'ah (UNISBA).

Hafsah, A. N. (2018). Regulasi Zakat sebagai Pengurang Penghasilan Kena Pajak pada WP; Sebuah Pendekatan Kritis [PhD Thesis]. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Hanani, N. (2016). Efektivitas Penggunaan Metode Audiolingual Dalam Pembelajaran Bahasa Arab. *Realita: Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam*, 14(2).

Haryati, N. H. (2017). KESETARAAN GENDER DALAM PEMBAGIAN HARTA WARIS PERSPEKTIF KYAI PESANTREN ROUDLOTUL JANNAH (Studi di Desa

Bangunrejo Kecamatan Bangunrejo Kabupaten  
Lampung Tengah) [PhD Thesis]. IAIN Raden Intan  
Lampung.

Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Mazaya, D., & Sugiarti, D.  
(2017). Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi.  
Kencana.

Ichsan, M., & Taher, A. (2018). EFEKTIFITAS IKLAN  
SUBLIMINAL OPPO DALAM ACARA INI  
TALKSHOW TERHADAP KONSUMEN DI  
WARUNG KOPI TRANSIT BANDA ACEH. *Jurnal  
Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*,  
3(1).

Ikkal, M., & Rosnaeni. (2018). TINJAUAN EKONOMI  
ISLAM TERHADAP SISTEM PANJAR ANAK  
BUAH KAPAL (ABK) NELAYAN (STUDI KASUS:  
DI DESA TONGKE-TONGKE KECAMATAN  
SINJAI TIMUR KABUPATEN SINJAI). *Jurnal Adz-*

Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 3(2), 42–55.

<https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v2i2.348>

Irawan, H. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai [PhD Thesis]. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Ismail, M. (2013). Implikasi akuntansi lingkungan serta etika bisnis sebagai faktor pendukung keberlangsungan perusahaan di Indonesia. *Jurnal Akuntansiku*, 1(1).

Isniyunisyafna, I. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENUMBUHKAN LOYALITAS KARYAWAN PT PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE (STUDI DESKRIPTIF PADA PRU ETERNITY KOTA CILEGON). *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 7(1), 40–52.

Jaya, H. (2018). Analisis etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran produk roti mantao (studi Toko Sinar Terang Parepare) [PhD Thesis]. STAIN Parepare.

M Aslianur, M. A. (2016). Pemahaman dan penerapan akad dalam transaksi jual beli di pasar tradisional (Studi Terhadap Pedagang Pakaian di Pusat Perbelanjaan Mentaya Kota Sampit) [PhD Thesis]. IAIN Palangka Raya.

MANSYUR, H. (t.t.). STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA.

Marlius, D. (2018). Loyalitas nasabah bank nagari syariah cabang bukittinggi dilihat dari kualitas pelayanan. Jurnal Pundi, 1(3).

Marni, M. (2016). Penerapan Nilai-nilai Etika bisnis Islam di Hotel Al-Badar Makassar [PhD Thesis]. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Maulidah, S. (2012). Pengantar Manajemen Agribisnis.

Universitas Brawijaya Press.

Mega, R. (2015). Tinjauan etika bisnis islam terhadap Mobile

Marketing pada" Kayla OL Shop" di ponorogo. [PhD

Thesis]. STAIN Ponorogo.

Munfaqiroh, S. (2018). Analisis Keputusan Wanita dalam

Berwirausaha (Studi Pada UKM Posdaya Binaan STIE

Malangkecewara Malang). *Adbis: Jurnal Administrasi*

dan Bisnis, 12(1), 32–39.

Nata, D. H. A. (2016). Ilmu pendidikan islam. Prenada Media.

Ningrum, D. S. (2018). Penerapan etika bisnis pada bank jatim

syariah cabang Darmo surabaya [PhD Thesis]. STIE

PERBANAS SURABAYA.

Nur, E. R. (2015). Riba Dan Gharar: Suatu Tinjauan Hukum

Dan Etika Dalam Transaksi Bisnis Modern. *Al-'Adalah*,

12(1), 647–662.

Nurdatillah, I. (2018). PEMANFAATAN HARTA RIBA  
DALAM PERSFEKTIF HUKUM ISLAM (Studi pada  
Masyarakat Desa Kuripan Sidodadi Kecamatan Way  
Lima Kabupaten Pesawaran) [PhD Thesis]. UIN Raden  
Intan Lampung.

Nurhisam, L. (2017). Etika marketing syariah. *IQTISHADIA  
Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4(2), 171–193.

Paludi, S. (2016). Analisis Pengaruh Electronic Word Of  
Mouth (EWom) terhadap Citra Destinasi, Kepuasan  
Wisatawan, Dan Loyalitas DestinasiPerkampungan  
Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan.  
*Jurnal Ekonomi, Pendidikan Dan Pariwisata*, 10(1), 22.

Puspitasari, L. L. (2016). Etika Bisnis Islam: Teori Dan  
Aplikasi Pada Perusahaan Manufaktur. *EL  
MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 7(2), 113–  
131.

Putri, A. F. (2018). RESPON MAHASISWA TENTANG  
AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM@ JOKOWI  
(Studi Deskriptif Kuantitatif Mahasiswa Ilmu  
Komunikasi Untag Surabaya) [PhD Thesis].  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945.

Putri, S. R. R. (2017). Etika bisnis pengusaha muslim dalam  
membangun loyalitas pelanggan di toko LA Surabaya  
[PhD Thesis]. UIN Sunan Ampel Surabaya.

Raharjo, T. (2009). Bisnis Seni Kerajinan Bikin Londho  
Keranjang Kewirausahaan Bidang Seni Kriya Lebih  
baik jadi kepala ayam daripada buntut harimau.  
Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia  
Yogyakarta.

Rangkuti, F. (2004). Manajemen persediaan aplikasi di bidang  
bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan  
paradigma penelitian. Hikmah, 14(1), 62–70.

Ropik, A. (2015). Etika Dan Moralitas Organisasi Pemerintah.

Wardah, 16(2), 197–207.

Salman, S. (2017). Pengaruh Gezag Guru Terhadap Perilaku

Peserta Didik Kelas VII SMP Negeri 10 Pinrang [PhD

Thesis]. IAIN Parepare.

SAMRAYANI, S. (2018). PROYEKSI BISNIS SYARIAH

PADI UNGGUL BERAS MERAH DI DESA

BARANIA KECAMATAN SINJAI BARAT

KABUPATEN SINJAI [PhD Thesis]. INSTITUT

AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI.

Subur, J. (2013). Analisis kreativitas siswa dalam memecahkan

masalah matematika berdasarkan tingkat kemampuan

matematika di kelas. Jurnal Penelitian Pendidikan,

13(1).

Theodoros, A. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan

Karyawan Marketer Serta Cara Pembayaran Terhadap

Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada PT Puncak



Permai [PhD Thesis]. Universitas Katolik Darma

Cendika Fakultas Ekonomi.

Wicaksono, A. A. (2018). Keberadaan Musik Dagong di Desa

Bantan tengah Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis

Provinsi Riau. [PhD Thesis]. Universitas Islam Riau.

# Lampiran-Lampiran

## INSTRUMEN WAWANCARA

Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam meningkatkan Loyalitas  
Pelanggan Pusat Kuliner

(Study Kasus Di JalanTondongKecamatanSinjai Utara)

Pemilik Usaha Kuliner

### A. Data Peribadi

Nama : Zul Fikar Syam  
Alamat : BTN Gojeng  
Jeniskelamin : Laki-laki  
Nama Tempat Usaha : Warung Makan 888

### B. Pertanyaan

1. Apakah anda membuat surat perizinan usaha ditempat ini ?

Jawaban:Dipusat kuliner di jalan tondong tidak membutuhkan surat perizinan karena tempat usaha ini dibuka oleh pemerintah husus kuliner makanya dutempat ini tidak dibutuhkan surat usaha atau bahkan

untuk mengambil jaminan kredit dari Bank BRI. Awalnya memang itu ditekankan dari dinas prinda bukan jadi jaminan itupun kalau terbit surat izin usaha palingan satu dan yang pengan dinas perinda.

2. Mengapa anda membuka pusat kuliner ditempat ini ?

Jawaban: Yang bukan tempat pusat kuliner disini pemerintah, awalnya tempat ini dari ujung sampai ujung warung semua orang jawa tapi mereka meninggalkan karena alasan onsetnya ditempat ini kecil. Setelah saya pikir-pikir lebih baik saya masuk disini dan memang pemerintah dulu yang mau supaya tempat ini hidup untuk malam saja.

3. Bagaimana cara anda agar pelanggan tertarik untuk singga ditempat ini ?

Jawaban: Cara agar pelanggan tertarik di tempat ini yaitu dengan cara mubuat pelayanan yang baik terhadap pelanggan

4. Apakah konsumen dan pelanggan puas dengan pelayanan yang anda tawarkan?

Jawaban: mereka kadang-kadang puas dengan pelayanan yang kami tawarkan.

5. Apakah anda sudah memberikan pelayanan dengan pelanggan anda dengan jujur?

Jawaban: kami akan melayani pelanggan dengan jujur, jika kami tidak melayaninya dengan jujur pelanggan tersebut tidak akan kembali lagi ditempat kami.

6. Bagaimana upaya anda bisnis ini bisa semakin berkembang dan bertahan dari persaingan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan?

Jawaban: Dalam usaha disini saya merasa tidak tersaingi karena saya hanya membutuhkan kerjasama

7. Apakah anda sudah menerapkan etika bisnis dalam usaha anda ?

Jawaban: Dalam usaha etika berbisnis sangat penting, karena yang namanya usaha memerlukan kejujuran. Jika dalam usah kita tidak jujur jangan harap usah yang dijalangkan bisa bertahan lama. Tapi jika kita jujur dan bersih insyaallah usaha yang kita jalankan akan betahan lama.

8. Apa saja yang menjadi kendala dalam menghadapi pelanggan ?

Jawaban: kendala yang sering dihadapi dalam usaha saya ada dua yaitu pertama keadaan warung usaha yang tidak sesuai dengan perkembangan zaman. Akhirnya banyak yang tadinya mau makan dan melihat keadaan

warung ketinggalanzaman mereka menjadi risih, kedua kesenjangan sosial atau saling menjatuhkan.

9. Apakah jumlah pelanggan tiap harinya meningkat?  
(berapa jumlah pelanggan kira-kira dalam sehari)

Jawaban: jumlah pelanggan dalam perharinya tidak menentu

## INSTRUMEN WAWANCARA

### Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner

(Study Kasus Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara)

#### Pemilik Usaha Kuliner

##### A. Data Pribadi

Nama : Iksan  
Alamat : BTN Gojeng  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Nama tempat usah : Cafe Karampuang

##### B. Pertanyaan

1. Apakah anda membuat surat perizinan usaha ditempat ini ?

Jawaban: iya, kami sudah membuat surat perizinan

2. Mengapa anda membuka pusat kuliner ditempat ini ?

Jawaban: karena tempat ini menarik dan strategis

3. Bagaimana cara anda agar pelangga tertarik untuk singga ditempat ini ?

Jawaban: Caranya agar pelanggan singga di Cafe ini yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik dan sopon dalam melayani konsumen

4. Apakah konsumen dan pelanggan puas dengan pelayanan yang anda tawarkan?

Jawaban: kalau dalam melayani pelangga dan konsumen tentang puas atau tidaknya, dalam pelayani. Kurang tau juga karena belum ada pelanggan yang komplek dalam pelayanan.

5. Apakah anda sudah memberikan pelayanan dengan pelanggan anda dengan jujur?

Jawaban: Dalam melakukan melakukan pelayanan dengan pelanggan pasti jujur, jika ada pelanggan yang ingin memesan menu tetapi menu makanan atau minuman yang dia pesan habis maka akan diberi tau

6. Bagaimana upaya anda bisnis ini bisa semakin berkembang dan bertahan dari persaingan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan?

Jawaban: upaya dalam meningkatkan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

7. Apakah anda sudah menerapkan etika bisnis dalam usaha anda ?

Jawaban: iya kami sudah menerapkannya meskipun itu tidak terlalu

8. Apa saja yang menjadi kendala dalam menghadapi pelanggan ?

Jawaban: kendala yang dihadapi adalah ketika musing hujan air meluap, kurangnya air bersih

9. Apakah jumlah pelanggan tiap harinya meningkat?  
(berapa jumlah pelanggan kira-kira dalam sehari)

Jawaban: Jumlah pelanggan perharinya tidak dapat ditaksir, tapi untuk sekarang pelanggan berkurang karena banyaknya cafe-cafe yang berdiri di tempat ini.



## INSTRUMEN WAWANCARA

### Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner

(Study Kasus Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara)

#### Pemilik Usaha Kuliner

##### A. Data Peribadi

Nama : Fatima  
Alamat : Sinjai  
Jeniskelamin : Perempuan  
Nama tempat usah : Cafe Anugrah

##### B. Pertanyaan

1. Apakah anda membuat surat perizinan usaha ditempat ini ?

Jawaban: iya kami sudah mengurus surat perizinan

2. Mengapa anda membuka pusat kuliner ditempat ini ?

Jawaban: Karena tempat ini sangat strategis dan menarik untuk dapat menarik pelanggan datang, dan tempat ini juga dibuka husus kuliner.

3. Bagaimana cara anda agar pelangga tertarik untuk singga ditempat ini ?

Jawaban: Caranya yaitu mendekorasi agar terlihat menarik oleh pengunjung

4. Apakah konsumen dan pelanggan puas dengan pelayanan yang anda tawarkan?

Jawaban: iya mereka puas

5. Apakah anda sudah memberikan pelayanan dengan pelanggan anda dengan jujur?

Jawaban: kami akan memberi pelayanan dengan pelanggan dengan jujur

6. Bagaimana upaya anda bisnis ini bisa semakin berkembang dan bertahan dari persaingan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan?

Jawaban: upaya yang dilakukan agar pelanggan berkembang dalam persaingan yaitu melakukan pelayanan yang baik dan jujur

7. Apakah anda sudah menerapkan etika bisnis dalam usaha anda ?

Jawaban: iya saya menerapkan etika supaya pelanggan minat untuk masuk di tempat ini kembali

8. Apa saja yang menjadi kendala dalam menghadapi pelanggan ?

Jawaban: parkir motor.

9. Apakah jumlah pelanggan tiap harinya meningkat?  
(berapa jumlah pelanggan kira-kira dalam sehari)

Jawaban: jumlah pelanggan dalam perharinya tidak  
menentu

## INSTRUMEN WAWANCARA

### Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner

(Study Kasus Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara)

#### Pemilik Usaha Kuliner

#### C. Data Peribadi

Nama :

Tempat/TanggalLahir :

Alamat :

Jeniskelamin :

#### D. Pertanyaan

1. Mengapa anda membuka pusat kuliner di tempat ini ?
2. Bagaimana upaya anda bisnis ini semakin berkembang dan bertahan dari persaingan dan dapat meningkatkan loyalitas dari pelanggan anda ?
3. Bagaimana respon pelanggan anda tentang menu dan pelayanan yang anda tawarkan ? (Menu-menu apa saja yang anda tawarkan)
4. Apakah konsumendan pelanggan puas dengan pelayanan yang anda tawarkan?

5. Apakah anda sudah menerapkan Etika Bisnis di dalam usaha anda ?
6. Apakah anda menerapkan perinsip-perinsip Etika Bisnis di dalam usaha anda ?
7. Apakah jumlah pelanggan/pengunjung setiap harinya meningkat ? (Berapa jumlah pelanggan/pengunjung rata-rata dalam perharinya)
8. Bagaimana perkembangan usaha anda hingga sekarang?
9. Apa saja yang menjadi kendala dalam menghadapi pelanggan /pengunjung ?
10. Bagaimana cara anda untuk meningkatkan pelayanan bagi konsumen ?
11. Apakah anda sudah memberikan pelayanan dengan pelanggan/pengunjung dengan jujur ?
12. Bagaimana cara anda mempertahankan pelanggan lama agar tetap loyal menjadi pengunjung di tempat anda ?
13. Apa yang menjadi tantangan dan hambatan dari implementasi Etika Bisnis Islam yang di jalankan dan bagaimana cara menyikapinya?

## KISI-KISI INSTRUMEN

### Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner

(Study Kasus Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara)

Variabel	Deskripsi Teori	Indikator	No. Item	Ke t
Tinjauan Etika Bisnis Islam dan meningkatkan Loyalitas pelanggan	Tinjauan Etika Bisnis adalah seperangkat moral yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah, bohong dan jujur	✓ Tinjauan etika bisnis ✓ Penerapan Etika bisnis terhadap pusat kuliner	5, 7	
	Faktor-faktor yang menyebabkan peningkatan	✓ Cara meningkatkan kepuasan pelanggannya di	4, 6	

	Loyalitas pelanggan di pusat kuliner	<p>pusat kuliner</p> <p>✓ Cara mengatasi pesain pelanggan di pusat kuliner</p> <p>✓ Perkembangan suatu usaha pusat kuliner</p>	8, 9       1, 2, 3	
--	--	--	---	--

Pembimbing I,

Dr. Amir Hamzah, M.Ag.  
NIDN: 2124077101

Pembimbing II,

Drs. Svarigawir, MM  
NIDN: 2131126202

Mengetahui

Ketua Program Studi EKOS

Muhammad Ikbal, S.Pd, M.Pd  
NBM: 1213401

## PEDOMAN/LEMBARAAN OBSERFASI

Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam meningkatkan Loyalitas  
Pelanggan Pusat Kuliner  
(Study Kasus Di JalanTondong Kecamatan Sinjai Utara)

No	Pedoman Observasi	Ya	Tidak
1	Tinjauan		
	a. Meningkatkan loyalotas	✓	
	b. Pelanggan	✓	
	c. Kepuasan pelanggan	✓	
	d. Keuntungan	✓	
	e. Persaingan	✓	
	f. Peningkatan pengunjung	✓	
2	Menurut Etika Bisni		
	a. Kejujuran	✓	
	b. Kepercayaan	✓	
	c. Tanggunjawab	✓	



# DOKUMENTASI PENELITIAN

## 1. Warungmakan 888



## 2. Café Karampuang



## 3. Café Anugrah



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS



Ismawati Asmi, Lahir di sinjai, Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai, Pada tanggal 15 April 1996. Anak kandung dari pasangan Ayahanda Muh. Asri dan Ibuhandanda Rosmini.

Penulis merupakan anak ke dua dari tiga bersaudara. Penulis menempu jenjang Sekolah Dasar di SD Negeri Nomor 158 Mangarabombang, Kecamatan Sinjai Timur, Kabupaten Sinjai tamat pada tahun 2009, selanjutnya melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 4 Sinjai Timur Kecamatan Sinjai Timur,tamat pada tahun 2012, lalu melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 3 Sinjai Kecamatan Sinjai Timur pada tahun 2015. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai (IAIM) dan tercatat sebagai mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah pada tahun 2015 dengan nomor induk mahasiswa 150103016. Dan menyelesaikan Studi dengan gelar Sarjana Ekonomi (SE) Tahun akademik 2019.