

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Konteks Penelitian

Pelajaran Islam Rahmatan Lil Alamin sebenarnya bukanlah sesuatu yang baru, landasan pemikirannya yang menjadi kekuatan utama Al-Qur'an dan Hadits saat ini, bahkan sudah lazim dilakukan dalam sejarah Islam. Secara etimologis, Islam berarti "harmoni", sedangkan rahmatan lil alamin berarti "empati terhadap alam semesta". Maka yang tersirat dalam Islam Rahmatan Lil Alamin adalah Islam yang hadir dalam kehidupan individu dan mampu menciptakan keharmonisan dan empati terhadap manusia dan alam. Dalam Islam Rahmatan Lil Alamin, Islam telah mengatur keterkaitan dalam perspektif filosofis, adat, sosial dan muamalah. Muamalah adalah hubungan antarmanusia dalam komunikasi yang bersahabat sebagaimana perwujudannya, karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup bebas. Ada kecenderungan positif untuk mengembalikan ajaran moral, khususnya yang bersumber dari ajaran agama kebenaran abadi, yang merupakan kebutuhan manusia di mana pun dan selama-lamanya. Setelah dunia ekonomi dan bisnis tenggelam dalam dominasi materialisme hedonistik dan jauh dari nilai-nilai moral, terdapat kecenderungan positif untuk mengembalikan ajaran moral.<sup>1</sup>

Perekonomian dijalankan oleh dunia usaha, dan dunia usaha memainkan peran yang sangat penting. Dimana bisnis adalah perdagangan

---

<sup>1</sup> Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics & Finance* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), 212.

barang dagangan, administrasi atau uang tunai yang umumnya menguntungkan atau memberikan manfaat. Arti mendasar dari bisnis adalah bantuan melalui perdagangan tenaga kerja dan produk. Saling ketergantungan individu, peluang internasional, upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan faktor-faktor lain semuanya berkontribusi terhadap aktivitas bisnis. Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*).<sup>2</sup> Bisnis dalam perspektif Islam memiliki definisi yang berbeda dengan definisi dalam pandangan konvensional. Perbedaan definisi ini disebabkan karena dalam pandangan Islam, seluruh aktivitas hidup setiap manusia (termasuk di dalamnya bisnis) harus dituntun oleh syariat Islam secara keseluruhan sebagai wujud dari peran eksistensi manusia sebagai *khalifah fil ardhi*.

Berangkat dari dasar ini maka bisnis dalam ekonomi Islam didefinisikan sebagai kegiatan melayani orang lain melalui pembuatan dan atau penyediaan produk baik berupa barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan (pendapatan) yang halal dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT. Berbeda dengan bisnis konvensional yang hanya mementingkan keuntungan (pendapatan) sebanyak banyaknya tanpa melihat sisi humanisme.<sup>3</sup>

Bisnis moral adalah bisnis yang memiliki kewajiban tulus untuk mematuhi kesepakatan bersama yang ada. Kesepakatan bersama merupakan komitmen yang harus dijaga. Akhlak bisnis Islam merupakan rangkaian praktik bisnis dalam berbagai struktur yang tidak dibatasi pada

---

<sup>2</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: PRENAMEDIA GROUP, 2013), 3.

<sup>3</sup> Usnan, *Pengantar Bisnis Islam: Memahami Konsep Dasar Bisnis dalam Perspektif Konvensional dan Islam* (Jawa Tengah: CHU Media, 2021), 2.

seberapa besar kepemilikan (barang dagangan/administrasi) termasuk keuntungannya, namun dibatasi pada cara mendapatkannya dan pemanfaatan sumber daya karena aturan halal dan haram.<sup>4</sup>

Pemanfaatan moral bisnis Islam bergantung pada kualitas etika Islam yang diuraikan secara masuk akal dan waras. Semuanya dilakukan untuk mendukung pemeliharaan bisnis muslim, untuk memperluas keuntungan finansial. Islam sebagai agama “rahmat li al-’alamin” membantu manusia untuk menjaga kualitas akhlak dalam segala latihan kehidupan. Oleh karena itu, jika akhlak dikaitkan dengan persoalan bisnis, maka dapat digambarkan bahwa Akhlak Bisnis Islami adalah pedoman akhlak menurut Al-Qur'an dan hadis yang patut dijadikan sebagai sumber sudut pandang oleh siapa pun dalam menjalankan bisnis.

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia belakangan ini sangat pesat. Meskipun perbaikan moneter yang dilakukan saat ini mempunyai peluang yang luar biasa, namun dalam pelaksanaannya masih terdapat berbagai hambatan dan kesulitan. Pemulihan aspek keuangan dan organisasi berdasarkan kualitas Islam telah menjadi kekhasan yang menarik dalam dua puluh tahun terakhir. Solusi dari berbagai permasalahan dan dampak negatif yang ditimbulkan oleh sistem ekonomi ribawi adalah dengan adanya kesadaran akan perlunya menghidupkan kembali sistem ekonomi syariah. Latihan bisnis yang bermanfaat mempunyai nilai yang tinggi dalam Islam dan sangat penting.

---

<sup>4</sup> Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Teetapi Solusi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 234.

Dalam kehidupan sehari-hari kita melihat banyak orang melakukan aktivitas bisnis. Ada orang-orang yang berhasil dalam mengembangkan bisnisnya dan meningkatkan nilai mereka, yang menjadi semakin tinggi dalam jangka panjang, namun ada juga orang-orang yang gagal. Program dukungan klien yang berawal dari gagasan customer care terus diciptakan sehingga saat ini program administrasi menjadi salah satu alat fundamental dalam melaksanakan metodologi promosi untuk memenangkan persaingan. Kekhawatiran klien pada pemerintahan saat ini telah dibentuk menjadi contoh pertolongan terbaik yang disebut dengan brilliant help.<sup>5</sup>

Maksud dari bantuan yang baik adalah memberikan jenis bantuan yang dapat memenuhi dan memuaskan klien atau masyarakat umum dan memberikan konsentrasi dukungan kepada klien. Bantuan yang luar biasa ini akan sangat berharga bagi ikhtiar menggarap hakikat administrasi organisasi kepada daerah sebagai klien dan menjadi acuan pembuatan pedoman administrasi.<sup>6</sup> Pelayanan juga mempengaruhi loyalitas konsumen kepada suatu usaha. Dalam dunia bisnis loyalitas konsumen tersebut sangatlah penting dimana hal tersebut menjadi tolak ukur kepuasan konsumen terhadap suatu pekerjaan. Loyalitas konsumen juga menjadi hal yang paling penting, karena semakin banyak konsumen maka semakin banyak pula keuntungan suatu usaha tersebut. Oleh karena itu loyalitas konsumen menjadi hal yang sangat vital untuk menentukan nasib suatu usaha kedepannya.

---

<sup>5</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: ALFABETA, 2012), 214.

<sup>6</sup> *Ibid.*, 215.

Perusahaan swasta dalam perekonomian Indonesia memegang peranan penting dengan asumsi kita menghubungkannya dengan jumlah tenaga kerja yang dapat diserap oleh perusahaan swasta. Usaha swasta yang dimaksud adalah kegiatan moneter individu berskala terbatas yang memenuhi standar total aset atau hasil kesepakatan tahunan seperti kepemilikan. Jenis usaha kecil informal dan tradisional juga termasuk dalam definisi usaha kecil ini.

Salah satu usaha kecil di sektor jasa adalah Servis AC. Bagi setiap orang, AC digunakan sebagai alat pendingin ruangan yang lebih modern. Terlebih lagi pada perusahaan-perusahaan yang mempekerjakan banyak karyawan di dalam ruangan, seperti Bank, supermarket, lembaga pendidikan dan lain lain, tentu saja perlu menggunakan AC tersebut untuk kenyamanan para karyawan-karyawannya. Tidak meutup kemungkinan juga pada era sekarang ini banyak pula rumah-rumah yang juga dipasang AC.

Pada setiap orang tentunya belum terlalu paham bagaimana cara perawatan AC tersebut supaya tetap dingin dan nyaman untuk digunakan. Maka dari itu, muncullah usaha jasa servis dan perawatan AC yang bertujuan mempermudah para pemilik AC supaya tetap nyaman untuk digunakan. Salah satu usaha servis AC yang ada di pamekasan yaitu Vidi AC. Dimana Vidi AC tersebut menurut penelitian awal di Perumahan Graha Kencana sangat populer dimata masyarakat yang tepatnya sudah berlangganan ke Vidi AC. Menurut masyarakat sekitar selain harganya yang terjangkau, Vidi AC ini juga memiliki pelayanan yang sangat bagus.

Hal itulah yang membuat masyarakat memilih Vidi AC dibandingkan dengan usaha servis AC yang lain. Dari itu saya ingin mengetahui bagaimana etika bisnis islam yang ada di dalamnya dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen, apakah sudah sesuai dengan etika bisnis islam yang sudah ada.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelayanan servis Vidi AC?
2. Apakah pelayanan servis Vidi AC sesuai dengan etika bisnis Islam?
3. Bagaimana etika bisnis Islam dapat meningkatkan loyalitas konsumen?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan servis Vidi AC.
2. Untuk mengetahui apakah pelayanan servis Vidi AC sesuai dengan etika bisnis Islam.
3. Untuk mengetahui bagaimana etika bisnis Islam dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat teoritis**

Untuk memberikan sumbangan pengetahuan dan menambah wawasan bagi pembaca, dan untuk memberikan bahan rujukan bagi penelitian sejenis dan dapat menjadi bahan perbandingan dari penelitian yang telah ada.

##### **2. Manfaat praktis**

Kegunaan praktis dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi awal dan rujukan bagi siapa saja yang ingin melakukan penelitian lebih dalam. Diantara kegunaan penelitian secara praktis:

- a. Sebagai informasi tambahan terkait penerapan etika bisnis islam yang efektif berdasarkan penelitian akademis yang berbasis syariah.
- b. Pemanfaatannya bagi almamater IAIN Madura adalah bisa dijadikan salah satu bahan pertimbangan atau rujukan dalam pengembangan karya-karya ilmiah bagi insan akademis berikutnya.

#### **E. Definisi Istilah**

Untuk menghindari penafsiran (*interpretasi*) yang salah, maka peneliti perlu memberikan definisi terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Moral adalah adat istiadat atau kecenderungan yang berasal dari kata Yunani ethos yang berbentuk jamak (ta etha). Dalam pengertian ini,

etika berkaitan dengan kebiasaan baik yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya atau dari satu orang ke orang lain dalam suatu masyarakat atau sekelompok orang. Kecenderungan ini kemudian dikomunikasikan dalam perilaku yang dirancang untuk terus mengulangi hal yang sama sebagai suatu kecenderungan.

Berikut titik tolak moral tidak lepas dari kata pertama *ethos* dalam bahasa Yunani yang mengandung arti adat istiadat atau watak. Demikianlah definisi dan referensi kata Webster yang tersirat di dalamnya "*the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a person, group, or institution*" (karakter istimewa, sentimen, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok atau institusi).<sup>7</sup>

1. 1. Bisnis adalah perdagangan produk, administrasi, atau uang tunai untuk keuntungan atau keuntungan bersama. Bisnis mempunyai arti penting bantuan melalui perdagangan dagangan ("*the buying and selling of goods and service*").<sup>8</sup>
2. 2. Islam adalah agama "rahmat li al-'alamin" yang jelas tersebar luas dan luas, maksudnya jika dikontekstualisasikan pada tingkatan tersebut, maka tidak akan pernah terpecah antara satu tingkat dengan tingkat lainnya. Islam mengajarkan manusia untuk menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam segala aspek kehidupan demi kemaslahatan semua kalangan.<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 4-5.

<sup>8</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Prenamedia Group, 2013), 3.

<sup>9</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 20.

3. 3. Akhlak Bisnis Islami adalah standar moral berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan sebagai acuan oleh siapa pun dalam menjalankan bisnis.<sup>10</sup>
4. Yang dimaksud dengan “loyalitas konsumen” adalah seseorang yang terbiasa membeli produk yang ditawarkan dan sering berinteraksi dengan perusahaan (melakukan pembelian) dalam jangka waktu yang telah ditentukan.<sup>11</sup>

#### **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

1. Fitri Amalia (2017), *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada pelaku bisnis kecil*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaku usaha kecil dapat memahami dan menerapkan etika bisnis Islam. Konsekuensi dari kajian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsep akhlak bisnis Islami dan cara pelaksanaannya bagi para penghibur perusahaan swasta sehingga nantinya dipercaya konsekuensi dari resume eksplorasi ini dapat dijadikan sebagai struktur atau model yang berbeda. organisasi.<sup>12</sup>
2. Sofiatul Chasanah (2017), *Analisa Etika Bisnis Islam terhadap Pelayanan Pelanggan di Rumah makan Joglo Manis Ponorogo*. Dampak dari eksplorasi ini bergantung pada standar moral bisnis Islam yang menjadi landasan bisnis Islam, termasuk keterpercayaan, khususnya yang membantu karena rancangan menu yang digambarkan

---

<sup>10</sup> Ibid.

<sup>11</sup> Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan* (Jember: Zifarama, 2019), 51.

<sup>12</sup> Fitri Amalia, “Etika bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada pelaku bisnis kecil” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017),77

berdasarkan pedoman keaslian tidak sesuai dengan moral bisnis Islam. Karena salah satu ciri pertolongan yang baik adalah pemeriksaan antara dunia nyata dan asumsi klien/pelanggan.<sup>13</sup>

3. Mashuri (2020), Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan berdasarkan Perspektif Islam. Hasil penelitian ini adalah loyalitas pelanggan suatu produk ditentukan oleh kepuasan atau ketidakpuasan akan suatu produk sebagai akhir dari proses penjualan.<sup>14</sup>

**Tabel 1.1**

**Penelitian terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Fitri Amalia (2017)	Etika Bisnis Islam: "Konsep dan Implementasi pada pelaku bisnis kecil."	Persamaannya yaitu dalam implementasi etika bisnis Islam dalam bidang usaha dan metode yang digunakan yaitu menggunakan deskriptif	Menerapkan etika bisnis Islam atau tidak.
2	Sofiatul Chasanah (2017)	Analisa Etika Bisnis Islam terhadap Pelayanan	Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang pelayanan dan metode yang digunakan yaitu	Objek penelitian.

<sup>13</sup> Sofiatul Chasanah, "Analisa Etika Bisnis Islam terhadap Pelayanan Pelanggan di Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo" (Skripsi, IAIN Ponorogo, Ponorogo, 2017), 56.

<sup>14</sup> Mashuri, "Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan berdasarkan Perspektif Islam" *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 9, no.1 (Juni, 2020): 62, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>.

		Pelanggan di Rumah makan Joglo Manis Ponorogo.	deskriptif kualitatif.	
<b>3</b>	Mashuri (2020)	Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan berdasarkan Perspektif Islam.	Persamaannya yaitu sama sama membahas tentang loyalitas pelanggan dan metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif.	Tidak hanya loyalitas tetapi juga dihubungkan dengan etika bisnis Islam.