

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Etika bisnis adalah cabang etika yang mempelajari aturan dan prinsip-prinsip moral yang berlaku dalam konteks komersial. Ini mencakup analisis tentang bagaimana individu dan organisasi seharusnya berperilaku dalam kegiatan bisnis, dengan mempertimbangkan tanggung jawab sosial, keadilan, dan transparansi. Etika bisnis bertujuan untuk menentukan standar perilaku yang dapat diterima dalam transaksi bisnis dan interaksi antar pihak, serta membantu perusahaan dalam mengidentifikasi praktik yang dapat membangun kepercayaan dan reputasi baik di mata konsumen dan masyarakat luas. Dalam dunia yang semakin kompleks, pemahaman terhadap etika bisnis menjadi krusial untuk mencapai keberlanjutan dan kesejahteraan bersama.¹

Dalam kacamata Islam, kegiatan bisnis bukanlah aktivitas yang dapat dilakukan secara sembarangan atau dengan menghalalkan segala cara. Islam menekankan pentingnya etika dan prinsip moral dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis. Setiap tindakan dalam dunia usaha harus berlandaskan pada nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti bahwa seorang pengusaha harus menghindari praktik-praktik yang merugikan orang lain, seperti penipuan, riba, dan eksploitasi. Dengan demikian, bisnis dalam Islam tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga pada kontribusi terhadap

¹ Siti Nurul Huda, Nandang Ihwanuddin, "Etika Bisnis Islam Dalam Tinjauan Al-Qur'an Dan Hadist: Islamic Business Ethics in a Review of the Qur'an and Hadist," *Moderation: Journal of Islamic Studies Review* 2, no. 1 (Maret, 2022): 64, <http://journal.adpetikisindo.or.id/index.php/moderation/article/download/35/21>

kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, sehingga menciptakan harmoni dan keberkahan dalam setiap transaksi yang dilakukan.²

Etika bisnis berfungsi sebagai panduan untuk menilai perbuatan baik, buruk, salah, atau benar yang dilakukan oleh seorang individu dalam konteks dunia usaha. Dengan mengacu pada prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang diakui secara luas, etika bisnis membantu individu dan organisasi untuk membuat keputusan yang tepat dan bertanggung jawab. Dalam hal ini, tindakan seorang pengusaha atau karyawan dapat dievaluasi berdasarkan dampaknya terhadap berbagai pihak, termasuk pelanggan, karyawan, mitra bisnis, dan masyarakat. Dengan menerapkan etika bisnis, seseorang dapat mempertimbangkan tidak hanya keuntungan finansial, tetapi juga implikasi sosial dan lingkungan dari setiap keputusan, sehingga menciptakan praktik bisnis yang lebih berkelanjutan dan beretika.³

Berbisnis dengan tujuan meraih karunia Allah haruslah selaras dengan ajaran Islam yang menekankan etika, kejujuran, dan tanggung jawab. Dalam perspektif Islam, setiap aktivitas ekonomi tidak hanya dilihat dari segi material, tetapi juga sebagai ibadah yang harus dilaksanakan dengan niat yang baik dan sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini mencakup menghindari praktik-praktik yang dilarang, seperti riba dan penipuan, serta berkomitmen untuk memberikan manfaat bagi masyarakat. Dengan menjadikan nilai-nilai Islam sebagai panduan dalam berbisnis, individu tidak hanya berusaha mencapai keuntungan duniawi, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan umat dan mendapatkan berkah dari Allah, yang pada akhirnya menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan.⁴

² Nandang Ihwanudin, Ria Aulia Silvianty, Mohamad Rizky Marwan et al, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022), 177.

³ Pratantia Aviatri, Ayunda Putri Nilasari, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang," *Journal of Accounting and Finance* 6, no. 02 (2021): 199, <https://journal.unsika.ac.id/index.php/accountthink/article/view/5621>

⁴ Malahayatie, *Konsep Etika Bisnis Islam Suatu Pengantar* (Lhokseumawe: Sefa Bumi Persada, 2022), 4.

Dalam konteks bisnis, etika yang diterapkan harus sejalan dengan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat dan hukum yang mengatur kegiatan ekonomi. Norma-norma ini mencakup berbagai aspek, seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial, yang menjadi dasar untuk membangun kepercayaan antara pelaku bisnis, konsumen, dan masyarakat luas. Mematuhi etika bisnis yang sesuai dengan norma-norma tersebut tidak hanya membantu perusahaan menghindari risiko hukum, tetapi juga berkontribusi pada reputasi dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, pelaku bisnis dituntut untuk berperilaku etis dan bertanggung jawab, sehingga dapat menciptakan lingkungan bisnis yang harmonis dan saling menguntungkan bagi semua pihak.⁵ Dengan demikian, pelaku bisnis dituntut untuk berperilaku etis dan bertanggung jawab, sehingga dapat menciptakan lingkungan bisnis yang harmonis dan saling menguntungkan bagi semua pihak.⁶ Dalam bukunya, "Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi", Muhammad Djakfar mengatakan bahwa jika seorang bisnis ingin mendapatkan keberkahan atas nilai yang mereka hasilkan, mereka harus menerapkan dan memperhatikan prinsip etika yang digariskan dalam Islam.⁷

Etika bisnis Islam mengarahkan pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan syariat Islam yang telah ditetapkan, menekankan pentingnya prinsip-prinsip moral dan etika dalam setiap transaksi. Hal ini mencakup kepatuhan terhadap larangan-larangan yang ada, seperti riba, penipuan, dan praktik eksploitatif, serta penegakan keadilan dan kejujuran dalam berbisnis. Dengan mengintegrasikan ajaran Islam ke dalam praktik bisnis, pengusaha diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan

⁵ Muhammad Toriq Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam : Konsep dan Praktek* (Yogyakarta: CV Cakrawala Media Pustaka, 2021), 24-25.

⁶ Meri Anti Khusnawati, Ima Frafika sari, Marsha Falia Rifai et al, "Praktik Jual Beli di Destinasi Wisata: Sebuah Tinjauan Etika Bisnis Islam," *Jurnal Antologi Hukum* 2, no. 2 (Desember, 2022): 209, <https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/antologihukum/article/view/1341/524>

⁷ *Ibid.*, 212.

material, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai spiritual dan sosial yang membawa berkah. Etika bisnis Islam menuntut individu untuk memperhatikan dampak dari aktivitas ekonominya terhadap masyarakat dan lingkungan, sehingga menciptakan keseimbangan antara keuntungan finansial dan tanggung jawab sosial, serta memperkuat hubungan yang saling menguntungkan di antara semua pihak.⁸

Menurut Muhammad Saifullah, etika bisnis dapat dipahami sebagai seperangkat prinsip-prinsip etika yang mengatur perilaku dan keputusan dalam konteks bisnis. Prinsip-prinsip ini berfungsi sebagai pedoman bagi individu dan organisasi untuk bertindak secara moral dalam menjalankan aktivitas ekonomi mereka. Etika bisnis mencakup nilai-nilai seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab, yang semuanya berkontribusi pada terciptanya lingkungan bisnis yang adil dan transparan. Dengan mengadopsi prinsip-prinsip ini, pelaku bisnis tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dari tindakan mereka, sehingga mendorong praktik bisnis yang lebih berkelanjutan dan beretika. Dalam konteks ini, etika bisnis menjadi landasan untuk membangun kepercayaan antara pelaku usaha, konsumen, dan masyarakat luas, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang.⁹

Sebagai sebuah ajaran hidup yang sempurna, Islam memberikan petunjuk yang komprehensif untuk setiap aktivitas manusia, termasuk dalam bidang ekonomi. Prinsip-prinsip ekonomi dalam Islam tidak hanya menekankan aspek material, tetapi juga mempertimbangkan dimensi spiritual dan sosial. Ajaran Islam mendorong praktik ekonomi yang adil dan transparan, seperti larangan riba, penipuan, dan eksploitasi, serta

⁸ Diah Novia Ningrum, Sholikhul Hadi, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konveksi Rizma Collection)," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus* 1, no. 1 (Maret, 2023): 115, <http://repository.iainkudus.ac.id/9888/>

⁹ Kurniasih Setyagustina, M. joni, Winahyu Dwi Suhitasari et al, *Pasar Modal Syariah* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2023), 11.

penekanan pada kejujuran dan integritas dalam transaksi. Selain itu, Islam mengajarkan pentingnya tanggung jawab sosial, dimana individu dan organisasi diharapkan untuk berbagi rezeki dengan masyarakat melalui zakat, sedekah, dan bentuk filantropi lainnya. Dengan demikian, petunjuk ekonomi dalam Islam bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan tidak hanya bagi individu, tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan, menciptakan harmoni dan keseimbangan dalam kehidupan sosial dan ekonomi.¹⁰

Kisah Nabi Muhammad SAW yang sukses sebagai seorang pebisnis menunjukkan semangat kemandirian dan berwirausaha. Kesuksesan sebagai seorang pedagang bergantung pada kualitas berikut: jujur, amanah, kecerdasan dan keterampilan, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan, dan minat dalam bekerja dan beribadah. Dalam konteks bisnis, sifat-sifat ini menjadi dasar dari setiap tindakan bisnisnya, dan sikap dasar manusiawi atau etis fundamental manusiawi menjadi dasar dari keberhasilan bisnisnya.¹¹ Bisnis yang beretika adalah perusahaan yang berkomitmen secara tulus untuk mempertahankan kontrak sosial yang sudah ada. Kontrak sosial adalah komitmen yang harus dipenuhi.¹²

Untuk meningkatkan keuntungan yang diharapkan, pelaku bisnis harus menerapkan etika bisnis Islam karena Rasulullah SAW bersabda dalam hadist yang diriwayatkan oleh Al-Quzwani, "Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya." Dari hadits ini, dapat disimpulkan

¹⁰ Destiya Wati, Suyud Arif, Abristadevi, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop," *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022):143, <http://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/654>

¹¹ Aqil Barqi Yahya, "Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha," *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 5, no. 1 (2020): 95, <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Magasid>

¹² Veithzal Rivai, Andi Bukhari, *Islamic Business and Economic*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 4.

bahwa pelaku bisnis harus menerapkan etika bisnis Islam. Menurut sabda Rasulullah SAW, "Katakanlah walaupun itu pahit" (HR Ahmad).¹³

Bisnis Indonesia berkembang dengan sangat cepat di era globalisasi saat ini, seiring dengan pertumbuhan di semua industri. Ini ditandai dengan persaingan bisnis yang ketat dan terbuka. Dalam situasi seperti ini, setiap perusahaan harus terus mengembangkan bisnisnya untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Tidak diragukan lagi akan ada banyak tantangan yang akan dihadapi saat mengembangkan bisnis. Pelaku bisnis telah menerapkan etika bisnis Islam sebagai pedoman dalam menjalankan usahanya, baik dalam proses pengambilan keputusan maupun bertingkah laku, untuk mengatasi situasi ini.¹⁴

Perusahaan sangat menginginkan loyalitas pelanggan karena pelanggan yang setia akan mendapatkan lebih banyak keuntungan dari pada pelanggan yang tidak setia. Membentuk pelanggan yang setia tidak datang dengan sendirinya, sebaliknya perlu ada keseimbangan antara apa yang diharapkan pelanggan dan apa yang sebenarnya mereka dapatkan.

Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk tertentu sehingga mereka ingin memperkenalkannya kepada orang lain. Pelanggan yang setia kemudian akan meningkatkan "kesetiaan" mereka kepada produk lain yang dibuat oleh produsen yang sama. Pada akhirnya, mereka akan menjadi pelanggan yang setia kepada produsen tertentu untuk selamanya.¹⁵

¹³ Muhammad Ikilil, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Ras Sablon Desa Weru Lor Cirebon," *Jurnal Syntax Admiration* 1, no. 1 (Mei, 2020): 35,

<https://jurnalsyntaxadmiration.com/index.php/jurnal/article/download/4/10>

¹⁴ Diah Novia Ningrum, Sholikhul Hadi, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konveksi Rizma Collection)," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus* 1, no. 1 (Maret, 2023): 115, <http://repository.iainkudus.ac.id/9888/>

¹⁵ Syarifudin, *Citra Merek dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan "kajian Terkait Pengaruh Pelayanan Hotel di Kabupaten Aceh Tengah"* (Lhokseumawe: Unimal Press, 2019), 7-8.

Sablon dan Konveksi MUFIT terletak di Desa Blumbungan, tempat penelitian ini dilakukan. Masyarakat di Desa Blumbungan masih jarang melihat percetakan sablon dan konveksi, sehingga bisnis ini membutuhkan etika berbisnis untuk mendapatkan pelanggan yang setia. Sejak didirikan oleh Bapak Abd. Munir pada tahun 2012, perusahaan percetakan ini membutuhkan tujuh pekerja, empat di bagian konveksi, dua di bagian sablon, dan satu di bagian pengiriman (sales pribadi). Setiap usaha/bisnis mempunyai cara tersendiri untuk mencari dan mempertahankan para pelanggannya agar tetap setia menggunakan produk yang diproduksi oleh percetakan sablon dan konveksi MUFIT tersebut. Oleh karena itu bagaimana agar sebuah bisnis ini dapat bersaing dengan bisnis lain dan mempertahankan loyalitas pelanggannya.

Dalam strategi pemasaran percetakan sablon dan konveksi MUFIT menyebarkan brosurnya melalui platform sosial media seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Bisnis percetakan sablon dan konveksi MUFIT memprioritaskan promosi selama musiman siswa baru, tahun ajaran baru, wisuda, dan musim manten, hal ini pelanggan akan lebih banyak dari biasanya.¹⁶

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan dalam rangka mengkaji **Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Percetakan Sablon dan Konveksi Mufit di Desa Blumbungan Kabupaten Pamekasan)**. Dengan menerapkan etika bisnis Islam dengan tujuan untuk membangun loyalitas kepada pelanggan. Tidak hanya untuk memuaskan para pelanggan tetapi membuat pelanggan menjadi loyal. penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan solusi agar bisnis percetakan sablon dan konveksi mufit berkembang secara lancar. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu para pelaku

¹⁶ Munir, Pemilik Percetakan Sablon dan Konveksi MUFIT, *Wawancara Langsung* (03 Juli 2024)

bisnis menjalankan bisnis mereka dengan menerapkan etika bisnis Islam untuk membuat pelanggan setia.

B. Fokus Penelitian

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dan menyeluruh serta melihat dari konteks penelitian diatas, maka penelitian akan mengajukan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam di Percetakan Sablon dan Konveksi MUFIT di Desa Blumbungan Kabupaten Pamekasan?
2. Bagaimana Loyalitas Pelanggan di Percetakan Sablon dan Konveksi MUFIT di Desa Blumbungan Kabupaten Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Setelah ditulis fokus penelitian pasti akan memiliki tujuan, sama halnya dengan penelitian ini, yaitu bertujuan untuk mengetahui sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penerapan Etika Bisnis Islam di Percetakan Sablon dan Konveksi MUFIT di Desa Blumbungan Kabupaten Pamekasan.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan di Percetakan Sablon dan Konveksi MUFIT di Desa Blumbungan Kabupaten Pamekasan.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini agar dapat memberikan manfaat bagi semua kalangan diantaranya:

1. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini, peneliti bisa menambah pengetahuan dan wawasan yang nantinya ilmu tersebut bisa bermanfaat bagi orang lain, dan tentunya diharapkan bisa meningkatkan pengetahuan dan menjadi salah satu pengalaman yang akan

memperluas pengetahuan mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam membangun loyalitas pelanggan di percetakan sablon dan konveksi MUFIT di Desa Blumbungan Kabupaten Pamekasan.

2. Bagi Percetakan Sablon dan Konveksi MUFIT

Dari hasil penelitian ini, diharapkan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yang lebih banyak lagi sehingga tidak ada keraguan dalam memilih produk pada percetakan sablon dan konveksi mufit, dan tentunya dapat menjadikan para karyawan jauh lebih baik lagi dalam memberikan layanan dengan cara beretika kepada pelanggannya.

3. Bagi Civitas Akademika IAIN Madura

Dari hasil penelitian ini, dapat dijadikan tambahan referensi dan bahan penelitian lebih lanjut bagi mahasiswa dan mahasiswi khususnya pada jurusan ekonomi syariah di fakultas ekonomi dan bisnis Islam.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah atau definisi operasional diperlukan untuk menghindari perbedaan pengertian atau kekurangjelasan makna sehingga perlu dijelaskan dari istilah-istilah yang berhubungan dengan konsep-konsep pokok yang terdapat dalam skripsi.¹⁷

1. Etika Bisnis Islam

Dalam Islam, etika bisnis terdiri dari sejumlah perilaku etis bisnis yang dikenal sebagai "akhlaq al Islamiyah", yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan hal-hal yang halal dan haram. Oleh karena itu, perilaku etis adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan meninggalkan larangnya. Al-Qur'an dan sunnaterrasul adalah sumber utama etika bisnis Islam, dan banyak literatur telah

¹⁷Tim penyusun pedoman karya ilmiah, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Pamekasan: IAIN Madura, 2020), 19-20.

membahasnya.¹⁸ Seorang muslim memiliki etika yang baik dalam berbisnis jika tata krama dan isi bisnisnya sesuai dengan aturan yang telah digaris bawahi oleh Allah. Sebaliknya, jika mereka melakukan bisnis dengan orang lain tanpa mengindahkan tata aturan agamanya, mereka dianggap tidak memiliki etika.¹⁹

2. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas adalah jenis kepemimpinan, prinsip, dan perilaku yang dapat mengendalikan pelanggan potensial, seperti pembelian kembali, dukungan, dan penawaran untuk membeli. Kebijakan bisnis umum mengatakan bahwa perusahaan harus berkonsentrasi pada beberapa bagian upaya pemasarannya untuk membangun, mempertahankan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Perilaku positif ini mendorong pelanggan potensial untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tertentu, membeli kembali produk tersebut, dan memberikan umpan balik yang baik.²⁰

3. Percetakan Sablon dan Konveksi

Dengan populasi yang terus meningkat setiap tahun, konveksi adalah salah satu jenis usaha dengan prospek pasar yang tiada henti. Kebutuhan pokok setiap orang dan setiap hari adalah pakaian. Pakaian berkembang menjadi lebih dari sekedar penutup aurat dan penghias tubuh dan rohani. Oleh karena itu, desain pakaian dan modelnya hampir selalu berubah sesuai kebutuhan. Sablon dan konveksi adalah industri pakaian yang memenuhi kebutuhan masyarakat, terutama seragam sekolah dan pakaian dinas. Karena seragam tersebut adalah kebutuhan utama siswa dan siswi serta karyawan.²¹

¹⁸ Nandang Ihwanudin, Ria Aulia Silvianty, Mohamad Rizky Marwan et al, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022), 177.

¹⁹ Muhammad Toriq Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Praktek* (Yogyakarta: CV Cakrawala Media Pustaka, 2021), 25.

²⁰ Yane Puspito Sari, Yayat Suharyat, Graciafernandy, et al, *Loyalitas pelanggan* (Jawa Tengah: CV. Eureka Media Aksara, 2024), 1.

²¹ Haslindah, Hajatul Isnaen Rusyaid, "Strategi Pengembangan Pasar Pada usaha Konveksi dan Sablon Dalam Persepektif Ekonomi Islam," *Islamic Economics and Business Journal 2*, no. 1 (2020): 72, <file:///C:/Users/DELL/Downloads/2994-7726-1-SM.pdf>

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Selain itu, penelitian sebelumnya dapat berfungsi sebagai sumber kreativitas. Pada akhirnya, ini akan menjadi salah satu acuan utama dalam melakukan penelitian. Menurut hasil penelitian sebelumnya, peneliti menemukan bahwa beberapa penelitian sebelumnya signifikan sehubungan dengan penelitian ini. Meskipun ada hubungan, penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya. Beberapa contoh penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

Pertama, Skripsi oleh Aris Irnandha Universitas Negeri Yogyakarta, dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 7,040 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,409; (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,001 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,479; (3) kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,873 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,282; dan (4) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan di JNE cabang Hijrah Sagan Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dari koefisien mediasi sebesar 0,0887 lebih kecil dari nilai pengaruh langsung sebesar 0,409.

Kedua, Skripsi oleh Umi Mursidah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan judul “Penerepan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional”. Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner yang diperoleh dari para pedagang dan pembeli di Pasar Betung apabila dilihat dari ke-empat indikator etika

bisnis secara umum yang dijadikan tolak ukur, penerapan etika bisnis secara umum belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung karena hanya indikator hukum dan indikator ajaran agama saja yang sudah diterapkan dengan baik. Sedangkan indikator ekonomi dan indikator etika dari masing-masing pelaku bisnis belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung. Penerapan etika bisnis Islam di Pasar Betung jika ditinjau dari ke-empat prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dijadikan tolak ukur, penerapan etika bisnis Islam di Pasar Betung belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggung jawab saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung. Sedangkan prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip kebenaran belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung.

Ketiga, Skripsi oleh Ihsan Hidayat Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, dengan judul, “Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Produksi Rumahan Toko Roti Maros Aneka Sari Kecamatan Turikale Kabupaten Maros”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada proses memperoleh bahan baku, pengolahan, hingga proses penjualan pada produksi rumahan toko roti Maros Aneka sari Kecamatan Turikale Kabupaten Maros ini telah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan proses produksi. Dilihat dari sikap pemilik dan para karyawan dalam menjalankan produksi, melayani pelanggan dan mengawasi proses produksi. Serta dalam proses produksinya sesuai dengan proses produksi dalam Islam, ditinjau dari pengamatan peneliti dari proses mendapatkan bahan baku yang diperoleh langsung dari toko-toko terpercaya pemilik produksi rumahan dan dalam proses memproduksi roti maros sangat memperhatikan kualitas produk serta kebersihan.

Keempat, Skripsi oleh Gita Oktaviani Universitas Islam Riau Pekanbaru, dengan judul “Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa PT. Gita

Rifa Express”. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan konsumen sangat kuat dengan dibuktikan hasil Koefisien Determinasi (R^2) yaitu sebesar 96,8% mempengaruhi loyalitas pelanggan pada PT. Gita Rifa Express. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan dengan menggunakan Uji F (simultan) dengan dibuktikan F hitung lebih besar dari F table ($3015,532 > 3,94$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Gita Rifa Express.

Kelima, skripsi oleh Reni Widya Ningsih Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Tokopedia”. Berdasarkan hasil penelitian observasi dan wawancara menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dalam jual beli online di Tokopedia sudah memenuhi rukunnya dan sudah sejalan dengan etika bisnis Islam namun masih ada beberapa pelanggan atau penjual yang merasa kecewa ketika barang sampai dan tidak sesuai dengan gambar atau sedikit berbeda dengan aslinya serta kualitasnya juga berbeda dengan yang asli. Implikasi dalam penelitian ini memberikan masukan dalam upaya meningkatkan penerapan dalam etika bisnis Islam.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Aris Irnandha	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan	Sama-sama membahas tentang loyalitas pelanggan	Jenis penelitian yang digunakan kuantitatif dan hanya berfokus pada loyalitas pelanggan tanpa

		Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat		menerapkan etika bisnis Islam
2.	Umi Mursidah	Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional	Berfokus pada penerapan etika bisnis Islam dan metode yang digunakan pendekatan kualitatif	Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional sedangkan peneliti kali ini dalam membangun loyalitas pelanggan di percetakan sablon dan konveksi
3.	Ihsan Hidayat	Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Produksi Rumahan Toko Roti Maros Aneka Sari Kecamatan Turikale Kabupaten Maros	sama-sama membahas tentang penerapan etika bisnis Islam dan menggunakan pendekatan kualitatif	Penerapan etika bisnis Islam tanpa membangun loyalitas pelanggan. Lokasi yang diteliti di produksi rumahan toko roti, peneliti kali ini pada percetakan sablon dan konveksi

4.	Gita Oktaviana	Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa PT. Gita Rifa Express	Sama-sama mencapai loyalitas pelanggan	Metode yang digunakan kuantitatif. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan peneliti kali ini yaitu penerapan etika bisnis Islam dalam membangun loyalitas pelanggan
5.	Reni Widya Ningsih	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Tokopedia	Penerapan etika bisnis Islam dengan penelitian lapangan (<i>field research</i>) dengan metode deskriptif kualitatif	Dalam transaksi jual beli online di Tokopedia dan peneliti sekarang dalam membangun loyalitas pelanggan