

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Etika Bisnis Islam

a. Definisi Etika Bisnis Islam

Etika bisnis dapat berarti pemikiran tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas disini berarti aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia. Dalam etika bisnis Islam aspek-aspek tersebut ditambah dengan aspek halal/haram.⁸ Ada pula yang berpendapat bahwa etika bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.⁹ Dengan demikian secara sederhana etika bisnis Islam dapat dikatakan sebagai upaya bertindak secara benar berdasarkan ajaran Islam di dalam kegiatan bisnis.

b. Prinsip-Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Menurut Abdul Aziz terdapat 5 prinsip dasar etika bisnis Islam, yaitu:¹⁰

⁸ Faisal Badroen dkk., *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 70.

⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 35.

¹⁰ *Ibid.* hlm. 45-47

1) Kesatuan

Konsep kesatuan memiliki arti bahwa seluruh aspek kehidupan seorang muslim baik dalam bidang ekonomi, sosial, politik menjadi keseluruhan yang homogen dan mementingkan konsep konsistensi serta keteraturan. Berdasarkan pandangan ini maka etika dan bisnis menjadi terpadu, baik verikal maupun horizontal yang membentuk sebuah persamaan yang penting dalam sistem Islam.

2) Keseimbangan

Di dalam dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berlaku adil, bahkan terhadap pihak yang tidak disukai. Sebagaimana firman Allah swt.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
شَنَّ ءَانُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ءَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al-Maidah [5] : 8)¹¹

¹¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'anul Karim Terjemah dan Tajwid* (Surakarta: Az-Ziyadah, 2014), hlm. 108.

3) Kehendak Bebas

Kebebasan yang dimaksud adalah kebebasan yang tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar dan tidak adanya batasan pendapatan bagi seorang individu mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja sesuai dengan potensi yang dimilikinya. Namun semua ini dikendalikan dengan adanya kewajiban seorang muslim terhadap masyarakat melalui zakat, infak dan sedekah.

4) Tanggungjawab

Kebebasan tanpa batas adalah hal yang mustahil, karena hal yang dilakukan manusia akan menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, sehingga setiap orang harus mempertanggungjawabkan tindakannya. Prinsip ini berhubungan dengan kehendak bebas dan menetapkan batasan-batasan tentang apa yang bebas dilakukan oleh seseorang dengan bertanggungjawab atas seluruh tindakan yang dilakukannya.

5) Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)

Kebenaran dalam hal ini mengandung dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang mencakup akad atau transaksi dan cara memperoleh keuntungan. Dengan prinsip ini

etika bisnis Islam berupaya mencegah kemungkinan terjadinya kerugian pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi.

Sedangkan menurut Faisal Badroen dkk. beberapa konsep sebagai prinsip-prinsip dasar yang dapat mengangkat nilai-nilai moral yang berkaitan dengan pencegahan tindakan eksploitatif, pembungaan, spekulasi perjudian dan juga pemborosan adalah:

1) Konsep Kepemilikan dan Kekayaan

Secara etimologis kepemilikan seseorang atas sebuah materi dapat diartikan sebagai sebuah penguasaan terhadap suatu benda, adapun secara terminologis dapat diartikan sebagai spesialisasi seseorang terhadap suatu benda yang memungkinkannya untuk melakukan tindakan hukum atas benda tersebut sesuai dengan keinginannya, selama tidak ada halangan *syara'* atau selama tidak ada orang lain yang menghalanginya untuk melakukan sebuah tindakan hukum atas benda tersebut.

Penerapan etika dan konsep kepemilikan dan kekayaan pribadi dalam Islam bermuara pada pemahaman bahwa sang pemilik hakiki dan absolut adalah Allah swt. sebagaimana dalam firman-Nya.

وَاللَّهُ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٦٥﴾

Artinya: “*dan milik Allah-lah kerajaan langit dan bumi, dan Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.*” (Q.S. Ali Imran [3] : 189)¹²

Manusia pada hakikatnya hanya diberi hak kepemilikan yang terbatas, yaitu diberikan kewenangan untuk dapat memanfaatkan, dan inti dari kewenangan tersebut adalah sebagai tugas sebagai *khalifah* yang bertindak sebagai agen pembangunan/pengelola yang beribadah di dunia ini.

Tidak layak apabila kepemilikan kekayaan di dunia ini hanya dikuasai dan terkonsentrasi pada seseorang atau sebagian orang saja, sehingga dapat dimanfaatkan dan diproduktifkan tanpa batas dan dengan motivasi untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Begitu pula tidak selayaknya bila segala sesuatu di dunia ini hanya dikuasai/dimiliki secara kolektif, tidak ada kepemilikan pribadi dan yang ada hanyalah kepemilikan negara.

Hak milik dalam Islam akan tergantung dan terkait dengan moral untuk menjamin keseimbangan, hak pribadi diakui tetapi hak kepemilikan tersebut harus dapat berfungsi sebagai nafkah konsumtif bagi diri sendiri dan keluarga, melakukan produksi dan investasi namun tetap menjadi alat untuk berkontribusi dalam kehidupan sosial melalui zakat infak dan sedekah. Begitu

¹² *Ibid.*, hlm. 75

pula diakuinya kepemilikan umum dan kepemilikan negara di dalam Islam.¹³

2) Konsep Distribusi Kekayaan

Konsep kapitalis dalam masalah distribusi harta adalah kepemilikan pribadi, sehingga individu mendapatkan perangsang agar aktiva mereka dapat dimanfaatkan seproduktif mungkin. Dari konsep tersebut timbul permasalahan kesenjangan atau perbedaan yang mencolok pada kepemilikan, pendapatan dan harta yang ditinggalkan oleh leluhurnya.

Sedangkan dalam konsep sosialis yang lebih menonjol adalah kolektivisme atau rasa kebersamaan, sehingga untuk mewujudkan rasa kebersamaan ini, alokasi produksi dan juga cara distribusi seluruh sumber-sumber ekonomi diatur oleh negara.

Komunis lebih menekankan bahwa kebutuhan adalah dasar dan sistem distribusi, sehingga pendistribusian penting untuk diarahkan kepada penyediaan segala sesuatu yang dapat memberikan kepuasan terhadap hajat dasar hidup penganutnya. Sistem ini meyakini bahwa, dengan cara tersebut kesenjangan sosial dapat dihapus.

Dalam Islam terdapat kewajiban menyisihkan harta bagi yang berkecukupan untuk mereka yang kekurangan dan

¹³ Faisal Badroen dkk., *Etika...*, hlm. 105-108.

merupakan dana kompensasi atas kekayaan yang mereka miliki. Distribusi kekayaan dapat dilakukan melalui beberapa instrumen, beberapa instrumen menuntut adanya bantuan otoritas dari pemerintah dan ada yang dapat dilakukan dengan konsep karitatif personal dan sosial muslim.¹⁴

3) Konsep Kerja dan Bisnis

Bekerja merupakan salah satu tugas dalam agama. Dalam tingkat individu, seseorang diwajibkan bekerja atau mencari nafkah dan melakukan kegiatan bisnis yang dihalalkan. Dan dalam tingkat yang lebih besar yaitu komunitas, terdapat kewajiban adanya sistem yang dapat memfasilitasi kewajiban individu dalam mencari pekerjaan yang halal dan menjauhi pekerjaan yang haram.

Untuk dapat mengetahui status hukum sebuah bisnis/pekerjaan harus mengacu kepada pentunjuk syariat. Dan walaupun bisnis/pekerjaan yang kita jalani adalah pekerjaan yang halal, jangan sampai pekerjaan tersebut mengurangi usaha kita dalam memenuhi kewajiban yang lebih utama, yaitu urusan akhirat.¹⁵

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 117-119

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 131-133

4) Konsep Halal dan Haram

Syariat memiliki kaidah-kaidah tentang hukum serta aturan ibadah dan muamalah untuk membimbing manusia agar hidup layak serta taat kepada Allah swt. dan mendapatkan kebahagiaan dengan memperoleh rida Allah swt. di akhirat kelak.

Secara umum aturan halal dan haram tentang mekanisme suka sama suka dalam perniagaan diatur dalam firman-Nya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. Al-Nisa [4] :29)¹⁶

Dan pada dasarnya bahwa segala bentuk muamalah boleh dilakukan sepanjang tidak ada dalil yang melarangnya, sebagaimana yang dijelaskan dalam kaidah fikih. Namun walaupun pada prinsipnya seorang muslim dibebaskan untuk melakukan berbagai bentuk transaksi, kita harus mengetahui bahwa terdapat batasan-batasan yang ditetapkan oleh syariat yang secara jelas melarang beberapa bentuk transaksi, sehingga transaksi yang dilakukannya bermanfaat bagi kehidupan bukan

¹⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'anul Karim...*, hlm. 83.

menjadi kerusakan. Karena sesuatu yang diharamkan berarti berbahaya/buruk, sedangkan yang dihalalkan pasti baik dan bermanfaat.¹⁷

c. Ruang Lingkup Etika Bisnis Islam

Ruang lingkup etika bisnis Islam dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian, yaitu:¹⁸

- 1) Konsepsi Islam dan nilai-nilai yang ada di dalamnya.
- 2) Konsep dasar etika bisnis secara umum dan landasan teori-teori yang membentuknya
- 3) Akhlak Islami sebagai fondasi dasar peletakkan etika bisnis Islam dan masalah-masalah yang terkandung di dalamnya perspektif Alquran dan Hadits
- 4) Internalisasi akhlak Islam dalam bisnis yang difokuskan pada perilaku.

d. Urgensi Etika Bisnis Islam

Urgensi dari etika bisnis Islam dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu:¹⁹

- 1) Aspek Teologis

Etika dalam Islam (akhlak) adalah ajaran yang diwahyukan kepada Rasulullah saw. Secara praktis Allah telah mengajarkan bagaimanakah sebenarnya berbisnis yang etis melalui praktik

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 169-172

¹⁸ Abdul Aziz, *Etika...*, hlm. 47.

¹⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Depok: Penebar Swadaya, 2012), hlm. 31-33.

bisnis yang telah dilakukan oleh Rasulullah saw. selama kurang lebih 25 tahun lamanya.

2) Aspek Watak Manusia (Karakter)

Watak manusia cenderung mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Watak dasar manusia secara universal adalah bersifat serakah/tamak dan cenderung mendahulukan keinginannya yang tidak terbatas dan tidak terukur daripada memenuhi kebutuhannya yang terbatas dan terukur. Dengan watak dasar seperti ini maka sangat mungkin manusia akan menghalalkan segala cara demi meraih keuntungan sesaat. Dengan kata lain, manusia akan menabrak nilai-nilai etika yang seharusnya dijunjung tinggi yang dapat menimbulkan kerugian bagi diri sendiri dan orang lain.

3) Aspek Sosiologis

Dalam realitas sebagai akibat dari watak dasar manusia yang cenderung amoral, pada akhirnya akan melahirkan persaingan yang tidak sehat dan semakin keras dalam dunia global. Dewasa ini banyak terjadi praktik destruktif yang menghancurkan nilai-nilai luhur dalam dunia bisnis. Dengan keadaan seperti ini tentu diperlukan adanya ajaran etika dalam dunia bisnis agar para pelaku bisnis dapat memahami dan menyadari mana saja yang sah untuk dilakukan, dan mana pula yang tidak boleh dilanggar dalam melakukan kegiatan bisnis. Jika tidak, dampaknya adalah

akan timbul hambatan dalam perkembangan laju ekonomi sebuah bangsa, karena sektor penggerak riilnya sedang bermasalah.

4) Perkembangan Teknologi yang Semakin Pesat

Kecenderungan penyimpangan nilai etika dalam dunia bisnis tidaklah sebatas karena masalah-masalah sosial yang berkembang di era globalisasi ini. Perkembangan teknologi dengan berbagai ragamnya di satu sisi banyak mendatangkan nilai positif semakin mempermudah dan mempercepat proses pemenuhan kebutuhan hidup manusia.

Selain berdampak positif dan dapat memudahkan aktivitas manusia, teknologi yang canggih seperti sekarang ini memungkinkan orang-orang yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan aksi kejahatan dan tentu saja ini termasuk penyimpangan etika. Sehingga diperlukan kehadiran etika bisnis untuk dapat mengantisipasi terjadinya praktik penyimpangan etika.

5) Aspek Akademis

Bertolak dari keempat aspek di atas, maka sudah selayaknya apabila etika bisnis dijadikan sebagai mata kajian akademis baik pada saat ini maupun pada masa yang akan datang. Kajian akademik yang dilakukan secara mendalam dan berkesinambungan dari para akademisi sangat diharapkan agar

mereka dapat selalu menghasilkan teori-teori mutakhir berdasarkan kajian literer dan atau penelitian lapangan yang kemudian dapat dijadikan acuan dalam konteks realitas.

e. Etika Bisnis Rasulullah saw.

Sisi kehidupan Muhammad saw. yang kurang mendapatkan perhatian serius adalah kepemimpinan beliau dalam bidang bisnis. Padahal sebagian besar kehidupan beliau sebelum menjadi seorang nabi dan rasul adalah sebagai pengusaha. Karirnya dimulai sejak beliau berusia 12 tahun dan memulai usahanya sendiri ketika berusia 17 tahun. Pekerjaannya ini terus beliau lakukan hingga sebelum beliau menjadi seorang nabi dan rasul, ini berarti bahwa beliau berprofesi sebagai pengusaha selama lebih dari 25 tahun.²⁰

Sehingga kita dapat mengambil pelajaran dari bisnis yang beliau lakukan, termasuk dalam aspek etika. Beberapa etika bisnis beliau yang bisa diterapkan adalah sebagai berikut.

1) Etika Mencari Harta dan Membelanjakannya

Rasulullah saw. memandang harta bahwa pada hakikatnya harta adalah milik Allah swt. dan manusia diberi amanah untuk dapat mengelolanya dan memanfaatkannya dengan baik. Manusia tidak memiliki kekuasaan mutlak terhadap harta dan harus menafkahkan sebagiannya sesuai dengan syariah Islam.

²⁰ Muhammad Syafii Antonio, *Muhammad SAW The Super Leader Super Manager* (Jakarta: ProLM Centre, Jakarta: 2009), hlm. 77.

Tujuan manusia mencari harta adalah untuk memenuhi fitrah dan nafsunya, mencukupi kebutuhan diri serta keluarga, membantu masyarakat dan memperoleh rida Allah swt. Usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya ini harus dikendalikan dengan batasan-batasan syariah yang telah Allah tetapkan.

Maka upaya mencari harta harus melalui cara yang halal misalnya dengan perdagangan, kemitraan, sewa, keahlian, pertanian, peternakan, perburuan dan lain sebagainya. Rasulullah saw. pernah menjalin kemitraan bisnis dengan istrinya Khadijah dengan menerapkan prinsip bagi hasil di dalamnya.

Tidak hanya memperhatikan cara memperoleh harta, praktik bisnis yang dijalankan oleh Rasulullah saw. juga memperhatikan bagaimana harta dibelanjakan. Beberapa etika dalam membelanjakan harta misalnya mencakup skala prioritas dan keseimbangan.²¹

2) Etika Bisnis, Strategi Bisnis dan Tujuan Bisnis

Etika bisnis yang sesuai dengan syariah berlandaskan iman kepada Allah dan Rasul-Nya atau mengerjakan perintah Allah dan Rasul-Nya serta menjauhi larangan Allah dan Rasul-Nya. Strategi bisnis yang sesuai dengan syariah adalah berusaha

²¹ M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy & Ethics Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW* (Yogyakarta: ANDI, 2008), hlm. 169-181.

dengan sebaik-baiknya di jalan Allah dengan mengelola sumber daya secara optimal untuk dapat mencapai tujuan yang terbaik di sisi Allah, baik di dunia maupun di akhirat kelak. Dan tujuan bisnis yang sesuai syariah adalah mendapat keuntungan yang besar baik di dunia maupun di akhirat.²²

3) Perilaku Bisnis yang Dianjurkan²³

a) Berbisnis dengan Niat yang Ikhlas

Bisnis yang kita lakukan hakikatnya adalah ibadah, karena kita berusaha memenuhi kebutuhan keluarga kita yang merupakan kewajiban. Apapun ibadah yang kita lakukan akan mendapatkan pahala apabila kita lakukan dengan ikhlas. Sebagaimana dalam firman-Nya berikut ini.

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٣٢﴾

Artinya: “Katakanlah (Muhammad), Sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam.” (Q.S. Al-An’am [6] : 162)²⁴

b) Meneladani Akhlak Rasulullah saw.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ

الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya: “Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat

²² *Ibid.*, hlm. 183

²³ *Ibid.*, hlm. 184-196

²⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’anul Karim...*, hlm. 150.

dan yang banyak mengingat Allah).” (Q.S. Al-Ahzab [33] : 21)²⁵

Rasulullah diutus untuk menjadi teladan bagi umat manusia, termasuk dalam bisnis. Maka hendaknya seorang muslim berusaha untuk meneladani beliau dalam menjalankan bisnis, karena apa yang diajarkan oleh beliau semuanya adalah kebaikan.

c) Melakukan Kegiatan Bisnis yang Halal

Banyak transaksi bisnis yang diharamkan dalam syariah, seperti jual beli, sewa, kemitraan dan lain sebagainya. Sudah selayaknya bagi seorang muslim untuk melakukan kegiatan bisnis yang halal, dan menjauhkan diri dari berbagai transaksi haram, seperti riba, judi dan kegiatan bisnis yang haram lainnya. Karena Allah swt. berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوبَاتِ

الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” (Q.S. Al-Baqarah [2] : 168)²⁶

d) Alquran dan Sunnah Sebagai Pedoman

Alquran dan sunnah merupakan pedoman bagi kehidupan seorang muslim, termasuk dalam berbisnis.

²⁵ *Ibid*, hlm. 420

²⁶ *Ibid*, hlm. 25

Hendaknya para pelaku bisnis berpedoman kepada kedua dasar ini ketika menjalankan bisnisnya, agar selamat di dunia dan juga di akhirat. Sebagaimana perintah Allah swt. berikut ini, agar kita menaati Allah swt. dan Rasulullah saw.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِيَ الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ
الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٥٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Kemudian, jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Alquran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu, lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.” (Q.S. Al-Nisa [4] : 59)²⁷

e) Mengingat Allah

رِجَالٌ لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ
الزَّكَاةِ يُخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ﴿٣٧﴾ لِيَجْزِيََهُمُ اللَّهُ
أَحْسَنَ مَا عَمِلُوا وَيَزِيدَهُم مِّن فَضْلِهِ ۗ وَاللَّهُ يَرْزُقُ مَن يَشَاءُ بِغَيْرِ
حِسَابٍ ﴿٣٨﴾

Artinya: “Orang yang tidak dilalaikan oleh perdagangan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari kiamat). (mereka melakukan itu) agar Allah memberi balasan kepada mereka dengan yang lebih baik daripada apa yang telah mereka kerjakan, dan agar Dia menambah karunia-Nya kepada

²⁷ Ibid, hlm. 87

mereka. Dan Allah memberi rezeki kepada siapa saja yang Dia kehendaki tanpa batas.” (Q.S. Al-Nur [24] : 37-38)²⁸

Aktivitas bisnis yang kita lakukan harus tidak melalaikan kita dari mengingat Allah. Dengan bisnis tersebut kita tidak lalai dari berbagai ibadah yang sudah menjadi kewajiban kita sebagai seorang muslim.

f. Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pelayanan Hotel

Salah satu prinsip yang dapat diterapkan pada hotel adalah prinsip memuliakan tamu.²⁹ Di antara cara memuliakan tamu adalah dengan menyediakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan tamu. Dalam hotel yang menerapkan etika bisnis Islam hal ini bisa dilakukan dengan penyediaan fasilitas ibadah di kamar-kamar hotel. Misalnya dengan menyediakan Alquran, sajadah, sarung, mukena dan petunjuk arah kiblat.³⁰

Selain itu, penampilan dan keramahan staf hotel juga merupakan hal yang sangat diperhatikan. Para staf hotel terutama para staf wanita, diperintahkan untuk mengenakan pakaian yang sopan dan sesuai dengan nilai-nilai etika Islam. Keramahan juga dapat ditunjukkan dengan komunikasi yang dilakukan antara staf hotel dan pengunjung yang dianjurkan dimulai dengan salam.³¹ Hal

²⁸ *Ibid*, hlm. 355

²⁹ Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapa Tidak? Pengalaman Penerapan Pada Bisnis Hotel* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 63.

³⁰ Risma Nur Maulidya dkk., “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor” *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari’ah*, Vol. 11, No. 2, 2019, hlm. 225.

³¹ Riyanto Sofyan, *Bisnis...*, hlm. 136.

ini penting dilakukan karena selain untuk menunjukkan keramahan para staf hotel, juga sebagai seorang muslim kita dianjurkan untuk menebarkan salam, selain itu hal ini juga mencerminkan nilai-nilai Islam yang menjadi bagian dari pelayanan di dalam hotel.

Hotel yang menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam juga akan menyediakan makanan dan minuman yang halal. Artinya dari bahan baku makanan dan minuman, serta proses pengolahannya harus sesuai dengan syariah. Sedangkan hotel yang tidak menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam bisa saja menyediakan makanan dan minuman yang dilarang syariah, misalnya minuman beralkohol.

Selain menginap, terkadang pengunjung hotel menginginkan fasilitas hiburan di dalam hotel. Sebuah hotel yang menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam akan berhati-hati dalam memberikan fasilitas hiburan bagi para pengunjungnya. Pihak hotel tidak akan memberikan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi, dan tindakan asusila.³²

Agar tidak terjadi perbuatan asusila, maka dapat diterapkan *screening process* atau proses seleksi untuk memisahkan para tamu yang datang ke hotel dengan membawa pasangannya. Proses ini biasanya dilakukan dengan meminta tamu hotel yang berpasangan untuk dapat menunjukkan bukti bahwa mereka suami istri, apabila

³² Andri Soemitra, *Hukum...*, hlm. 254.

mereka tidak dapat menunjukkannya maka pihak hotel dapat menolaknya dengan cara yang bijaksana.³³

Hal-hal di atas sesuai dengan standar aspek pelayanan dalam peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif Republik Indonesia nomor 2 tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah. Dalam peraturan tersebut dijelaskan standar aspek pelayanan hotel syariah dengan kriteria hotel syariah hilal 1 dan hotel syariah hilal 2. Standar-standar tersebut diantaranya:³⁴

1) Aspek Pelayanan Hotel dengan Kriteria Hotel Syariah Hilal 1

a) Unsur Kantor Depan

Sub unsur dalam unsur ini adalah melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi masjid terdekat dengan hotel, memberikan informasi jadwal waktu salat, memberikan informasi kegiatan bernuansa Islami (bila ada) dan memberikan informasi restoran/rumah makan halal.

b) Unsur Tata Graha

Sub unsur dalam unsur ini adalah penyediaan perlengkapan salat yang bersih dan terawat, menyediakan Alquran dan menyiapkan area/ruangan untuk salat jumat (bila tidak ada masjid yang dekat dengan hotel).

³³ Muhammad Rayhan Janitra, *Hotel...*, hlm. 127.

³⁴ old.kememparekraf.go.id, *Peraturan...*,

c) Unsur Makan dan Minum

Sub unsur dalam unsur ini adalah tersedianya pilihan makanan dan minuman halal, menyediakan makanan/minuman untuk berbuka puasa pada bulan Ramadhan, serta menyediakan makan sahur pada bulan Ramadhan.

d) Unsur Olahraga, Rekreasi dan Kebugaran

Sub unsur dalam unsur ini adalah pengaturan waktu penggunaan sarana kebugaran dibedakan untuk pria dan wanita dan instruktur kebugaran pria khusus untuk pria dan wanita khusus untuk wanita.

e) Unsur Spa

Sub unsur dalam unsur ini adalah spa hanya melayani pijat kesehatan dan perawatan kecantikan, terapis pria khusus untuk pria dan terapis wanita khusus untuk wanita, terapis menghindari menyentuh dan melihat area sekitar organ intim, apabila tersedia bak rendam tidak digunakan secara bersama-sama dan apabila tersedia aktivitas olah fisik dan jiwa tidak mengarah pada kemusyrikan.

f) Unsur Fasilitas Hiburan

Sub unsur dalam unsur ini adalah tidak ada fasilitas hiburan yang mengarah kepada pornografi dan pornoaksi serta tindakan asusila dan apabila menggunakan musik

hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam Islam.

2) Aspek Pelayanan Hotel dengan Kriteria Hotel Syariah Hilal 2

a) Unsur Kantor Depan

Sub unsur dalam unsur ini adalah melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi masjid terdekat dengan hotel, memberikan informasi jadwal waktu salat, memberikan informasi kegiatan bernuansa Islami (bila ada) dan memberikan informasi restoran/rumah makan halal.

b) Unsur Tata Graha

Sub unsur dalam unsur ini adalah penyediaan perlengkapan salat yang bersih dan terawat, penyediaan jadwal waktu salat, menyediakan Alquran, penyediaan buku doa, menyiapkan area/ruangan untuk salat jumat (bila tidak ada masjid yang dekat dengan hotel) dan penyediaan lembar motivasi harian muslim.

c) Unsur Makan dan Minum

Sub unsur dalam unsur ini adalah tidak tersedia makanan dan minuman yang tidak halal, menyediakan makanan/minuman untuk berbuka puasa pada bulan Ramadhan dan menyediakan makan sahur pada bulan Ramadhan.

d) Unsur *Public Bar*

Sub unsur dalam unsur ini adalah tidak tersedia minuman beralkohol.

e) Unsur Olahraga, Rekreasi dan Kebugaran

Sub unsur dalam unsur ini adalah pengaturan waktu penggunaan sarana kebugaran dibedakan untuk pria dan wanita dan instruktur kebugaran pria khusus untuk pria dan wanita khusus untuk wanita.

f) Unsur Kolam Renang

Sub unsur dalam unsur ini adalah kolam renang dalam ruangan/terhindar dari pandangan umum.

g) Unsur Spa

Sub unsur dalam unsur ini adalah spa hanya melayani pijat kesehatan dan perawatan kecantikan, terapis pria khusus untuk pria dan terapis wanita khusus untuk wanita, terapis menghindari menyentuh dan melihat area sekitar organ intim, apabila tersedia bak rendam tidak digunakan secara bersama-sama dan apabila tersedia aktivitas olah fisik dan jiwa tidak mengarah pada kemusyrikan.

h) Unsur Konsultasi

Sub unsur dalam unsur ini adalah layanan konsultasi keislaman dengan Dewan Pengawas Syariah dilakukan dengan perjanjian terlebih dahulu.

i) Unsur Keramahtamahan

Sub unsur dalam unsur ini adalah komunikasi yang dimulai dengan salam.

j) Unsur Fasilitas Hiburan

Sub unsur dalam unsur ini adalah tidak ada fasilitas hiburan yang mengarah kepada pornografi dan pornoaksi serta perbuatan asusila, apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam Islam, ada alunan musik/lagu religi dan atau tilawah Quran pada waktu tertentu dan tersedia saluran TV khusus yang bernuansa Islami.

2. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah evaluasi purna beli setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya.³⁵ Ada pula yang mendefinisikan kepuasan konsumen atau pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan dengan ekspektasinya.³⁶ Definisi lainnya mengenai kepuasan konsumen adalah penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat

³⁵ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 133.

³⁶ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi* (Yogyakarta: ANDI, 2019), hlm.123.

kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan.³⁷ Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen/pelanggan adalah penilaian yang dilakukan oleh konsumen dengan membandingkan ekspektasi sebelum mengonsumsi suatu produk, dengan kinerja produk tersebut.

b. Urgensi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah konsep utama baik dalam teori maupun praktik pemasaran, dan menjadi tujuan sentral bagi seluruh aktivitas bisnis. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting yang berkontribusi dalam terciptanya loyalitas konsumen, peningkatan reputasi perusahaan, mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi masa depan, serta dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan.

Dalam organisasi, pengumpulan, analisis dan diseminasi data mengenai kondisi konsumen menjadi penting untuk mempertahankan konsumen serta memastikan bahwa mereka memiliki pengalaman positif dengan barang dan jasa perusahaan. Meskipun penjualan dapat menunjukkan seberapa baik kinerja perusahaan saat ini, kepuasan konsumen mungkin adalah indikator terbaik yang dapat menggambarkan seberapa besar kemungkinan

³⁷ Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah* (Malang: UB Press, 2017), hlm. 58.

konsumen perusahaan akan melakukan pembelian ulang di masa depan.³⁸

c. Tingkat Kepuasan Konsumen

1) *Basic*

Pada tingkat ini bermakna segala hal yang sudah menjadi dasar bagi seorang konsumen agar merasa puas dengan pelayanan kita. Contohnya Apabila saya naik taxi, tentu saya akan memilih taxi yang bersih, aman, dan tidak berbau. Bila hal-hal ini dapat dipenuhi maka saya akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

2) *Expected*

Tingkat ini adalah tingkat kedua dalam hirarki kepuasan konsumen/pelanggan. *Expected* berarti hal-hal yang kita harapkan ada tetapi jika tidak ada tidak akan mengurangi kepuasan konsumen. Contohnya apabila saya naik taxi, saya berharap pengemudi taxi tersebut tahu jalan, saya berharap argonya berjalan dengan benar. Hal-hal tersebut adalah hal yang saya harapkan terjadi jika saya naik taxi. Hal-hal tersebut akan menambah nilai kepuasan saya dari tingkat *basic* jika terpenuhi.

3) *Desire*

Ini adalah tingkatan selanjutnya dalam hirarki kepuasan konsumen. *Desire* adalah hal-hal yang ada dalam angan-angan

³⁸ *Ibid.*, hlm. 57

kita saat kita mendapatkan pelayanan. Misalnya ketika saya naik taxi alangkah nyamannya jika terdapat televisi didalamnya, alangkah nyamannya apabila ada ruang yang luas untuk kaki saya, alangkah nyamannya jika pengemudi bersedia untuk memutar radio kesukaan saya. Hal-hal tersebut tidak saya harapkan terjadi dan hanya ada dalam angan-angan saat saya menaiki taxi. Saya tidak akan kecewa jika hal tersebut tidak ada, namun akan sangat senang jika ternyata semua itu ada di dalam taxi tersebut.³⁹

4) *Unexpected*

Unexpected adalah hal-hal yang bahkan tidak terbayangkan akan terjadi namun terjadi. Misalnya saat saya naik taxi, di tengah perjalanan yang terhambat kemacetan dan waktu buka puasa telah tiba, tiba-tiba pengemudi taxi menawarkan kurma dan minuman gratis untuk saya berbuka. Dan hal ini tidak termasuk dari perintah perusahaan kepada pengemudi taxi tersebut, melainkan hal ini ia lakukan dengan kesadarannya sendiri. Terlebih ketika saya tahu bahwa pengemudi tersebut bukanlah seorang muslim dan dia mempersiapkan ini semua dengan inisiatifnya sendiri. Hal ini akan membekas bagi saya

³⁹ Anang Firmansyah dan Didin Fatihudin, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 212.

dan saya akan merasa puas dengan pelayanan tak terduga yang saya terima.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen⁴⁰

1) Kualitas Produk

Setiap konsumen menginginkan produk yang dibelinya dapat memenuhi standar ekspektasinya, artinya produk tersebut dapat memenuhi fungsi-fungsinya. Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasinya menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan dapat memenuhi standar ekspektasi mereka, artinya produk tersebut berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Dalam industri jasa kualitas pelayanan merupakan komponen penting. Pelayanan merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, keramahan/kesopanan, kompetensi dan kemudahan.⁴¹ Konsumen akan merasa puas jika mereka memperoleh pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

3) Emosional

Apabila seorang konsumen memiliki rasa bangga ketika menggunakan sebuah produk, maka kecenderungan konsumen tersebut merasa puas akan lebih tinggi. Kepuasan tersebut bukan

⁴⁰ Handi Irawan, *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), hlm.22-23.

⁴¹ Vincent Gaspersz, *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm.120.

karena kualitas produknya, tetapi lebih karena nilai sosial yang diberikan produk tersebut.

4) Harga

Apabila beberapa produk memiliki kualitas yang sama, namun ada satu produk yang memiliki harga yang relatif murah, maka produk tersebut akan memberikan nilai yang lebih kepada konsumen. Sangat jelas bahwa harga merupakan faktor penting bagi pelanggan untuk mendapatkan kepuasan.

5) Kemudahan

Kemudahan yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen/pelanggannya berpengaruh kepada kepuasan pelanggan. Misalnya dengan tersedianya fasilitas *mobile banking* sebuah bank, maka mempermudah nasabahnya untuk mendapatkan layanan perbankan.

e. Dampak Kepuasan Konsumen

1) Niat Membeli Ulang

Konsumen yang merasa puas akan cenderung berminat untuk melakukan pembelian ulang produk barang/jasa yang sama, berbelanja di tempat yang sama, dan atau menggunakan penyedia jasa yang sama pada waktu yang akan datang. Selain itu, ada kemungkinan konsumen yang puas akan melakukan *up-buying* (membeli versi produk yang lebih mahal), misalnya jika

biasanya menggunakan penerbangan kelas ekonomi sebuah maskapai penerbangan, beralih ke penerbangan kelas bisnis.

2) Loyalitas Konsumen

Apabila konsumen merasa puas, maka tidak akan mudah dibujuk oleh pesaing untuk beralih menggunakan produk mereka dan konsumen akan lebih toleran terhadap kesalahan yang dilakukan oleh perusahaan.

3) Berkurangnya Komplain Terhadap Perusahaan

Konsumen yang merasa puas lebih kecil kemungkinannya melakukan komplain. Sedangkan konsumen yang tidak puas lebih besar kemungkinannya melakukan komplain, terlebih apabila ia menganggap penyebab ketidakpuasannya melampaui batas toleransinya.

4) Rekomendasi Pelanggan

Kepuasan pelanggan akan menimbulkan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain. Begitu pula sebaliknya, apabila konsumen tidak mendapatkan kepuasan, maka akan menimbulkan kemungkinan konsumen untuk menceritakan pengalaman negatifnya kepada orang lain.⁴²

⁴² Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Kepuasan...*, hlm.143-144.

f. Mengukur Kepuasan Konsumen⁴³

Secara metodologis, teknik pengukuran kepuasan pelanggan dapat dibagi menjadi tiga macam.

1) Studi Komplain

Studi komplain atau keluhan konsumen yang disampaikan melalui kartu saran/keluhan, saluran telepon bebas pulsa, *website*, media sosial, *e-mail*, *blog*, *fax*, *newsletter*, dan yang lainnya. Salah satu manfaat menggunakan cara ini adalah setiap komplain dapat ditangani secara cepat dan tepat.

2) *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Cara ini menggunakan peneliti yang bertindak layaknya seorang konsumen biasa tanpa menyebutkan identitas dan maksud sebagai pelanggan. Peneliti tersebut akan berinteraksi dengan staf perusahaan yang diteliti. Selama proses interaksi, ia melakukan observasi terhadap sejumlah aspek penting yang berkenaan dengan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan secara keseluruhan.

3) Survei

Survei adalah cara yang paling banyak digunakan saat ini untuk mengukur kepuasan pelanggan, baik melalui tatap muka langsung, melalui pos, telepon, *e-mail*, *website*, atau dengan cara lainnya.

⁴³ *Ibid.*, hlm. 131-133

Ukuran yang digunakan biasanya adalah *single item* dan *multiple item*. *Single item* adalah survei dengan menggunakan satu pertanyaan, keunggulan *single item* terletak pada kesederhanaannya, sehingga membuat kepraktisan dalam pengumpulan dan penapisan data. Namun cara ini dianggap tidak dapat menilai secara terpisah berbagai dimensi kepuasan pelanggan.

Sebagai solusi agar dapat menilai berbagai dimensi kepuasan pelanggan, dapat digunakan ukuran *multiple item*. Sejumlah riset menyimpulkan bahwa *multiple item* lebih andal dibandingkan *single item*. Sejauh ini terdapat empat bentuk skala *multiple item* yaitu verbal, grafis, Likert, dan *semantic differential*. Skala verbal menggunakan sejumlah pertanyaan dengan alternatif jawaban dalam bentuk *delighted terrible scale*, puas-tidak puas dan tendensi berperilaku. Skala grafis menggunakan ukuran non verbal, misalnya dengan gambar wajah. Skala Likert dalam bentuk pernyataan-pernyataan tentang kepuasan terhadap sebuah objek yang diikuti dengan respon berupa sangat puas hingga sangat tidak puas (biasanya rentang 5 atau 7). *Semantic differential* menghubungkan dua kata yang berlawanan arti, dimana responden memilih salah satu titik di antara dua titik ekstrim tersebut.

B. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian ini. Penelitian-penelitian tersebut adalah.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Risma Nur Maulidya dkk. yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor” menghasilkan kesimpulan yang menyatakan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Risma Nur Maulidya ini memiliki kesamaan dengan penulis, yaitu meneliti pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan pelanggan, namun perbedaannya adalah perusahaan yang diteliti oleh penulis adalah Hotel Srikandi di Kota Tasikmalaya.⁴⁴
2. Penelitian yang dilakukan oleh Desy Astrid Anindya yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Para Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua” menghasilkan kesimpulan yang menyatakan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh terhadap keuntungan usaha para wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis, yaitu etika bisnis Islam sebagai variabel bebas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis

⁴⁴ Risma Nur Maulidya dkk., *Pengaruh...*, hlm. 221.

terletak pada variabel terikatnya, penulis menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel terikatnya.⁴⁵

3. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang” yang dilakukan oleh Fauzan dan Ida Nuryana menghasilkan kesimpulan yang menyatakan bahwa penerapan etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung bebek H. Slamet di Kota Malang. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu meneliti pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian ini, penelitian yang dilakukan penulis menggunakan etika bisnis Islam sebagai variabelnya, bukan etika bisnis konvensional.⁴⁶

C. Kerangka Pemikiran

Kepuasan konsumen adalah hal yang sangat penting, karena kepuasan konsumen akan menentukan keberhasilan sebuah bisnis. Telah banyak penelitian yang dilakukan yang hasilnya menunjukkan keterkaitan yang erat antara kepuasan konsumen dengan ukuran-ukuran kinerja finansial seperti margin operasi, *Return of Investment* dan laba akuntansi.⁴⁷ Selain itu, kepuasan konsumen sudah menjadi tujuan utama sebuah bisnis, karena kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang akan berkontribusi

⁴⁵ Desy Astrid Anindya, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Para Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua” *At-Tawassuth*, Vol. 2, No. 2, 2017, hlm. 389.

⁴⁶ Fauzan dan Ida Nuryana, “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang” *Modernisasi*, Vol. 10, No. 1, 2014, hlm. 38.

⁴⁷ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Kepuasan...*, hlm.103.

dalam terciptanya loyalitas konsumen, peningkatan reputasi perusahaan, berpotensi menjadi sumber pendapatan di masa depan (misalnya dengan pembelian ulang), mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi masa depan (misalnya biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan), serta dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas karyawan, dan meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga yang lebih mahal dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok).⁴⁸ Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, di antaranya adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, dan kemudahan.

Untuk memberikan nilai tambah di dalam pelayanan hotel khususnya bagi pengunjung muslim, maka dapat diterapkan nilai-nilai etika bisnis Islam. Pengunjung muslim akan mendapat kemudahan untuk melakukan berbagai aktivitas ibadah. Dan tentu saja berbagai kemudahan yang diterima oleh tamu hotel akan membuat mereka merasa senang dan dilayani dengan baik.

Etika bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.⁴⁹ Beberapa nilai-nilai etika bisnis Islam yang dapat diterapkan dalam pelayanan hotel misalnya dalam

⁴⁸ Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika...*, hlm. 60.

⁴⁹ Abdul Aziz, *Etika...*, hlm. 35.

unsur kantor depan melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, dalam unsur tata graha tersedianya mushola untuk salat berjamaah dan tersedianya perlengkapan salat yang bersih dan terawat dan Alquran di kamar hotel, dalam unsur keramahtamahan komunikasi dimulai dengan salam dan unsur fasilitas hiburan yang tidak menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah kepada pornografi dan pornoaksi serta tindakan asusila. Hal-hal tersebut sesuai dengan pedoman aspek pelayanan dalam peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif nomor 2 tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah.⁵⁰

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Risma Nur Maulidya dkk. yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor” yang menghasilkan kesimpulan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.⁵¹

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat digambarkan model konseptual penelitian adalah sebagai berikut.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



⁵⁰ old.kemenparekraf.go.id, *Peraturan...*,

⁵¹ Risma Nur Maulidya dkk., *Pengaruh...*, hlm. 221.

D. Hipotesis

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis mengajukan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

H_a: Implementasi nilai-nilai etika Islam dalam pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Srikandi Kota Tasikmalaya.

H_o: Implementasi nilai-nilai etika Islam dalam pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Hotel Srikandi Kota Tasikmalaya.