

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Pengertian bisnis secara umum dalam ekonomi yaitu bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus mulai dari pengadaan bahan baku, produksi, pemasaran dan distribusi sampai pada konsumen dalam bentuk barang maupun jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan dan kemanfaatan (Mulyono, 2021).

Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari Bahasa Inggris adalah *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Atau bisnis dalam arti luas adalah semua aktivitas oleh komunitas pemasok barang dan jasa. Dalam ekonomi kapitalis, di mana kebanyakan bisnis dimiliki oleh pihak swasta, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya (Mulyono, 2021).

Etika dalam berbisnis tidak dapat diimplementasikan jika hanya komitmen individu saja, tetapi etika tersebut juga harus menjadi komitmen dalam setiap komunitas sebagai kerangka sosial. Sehingga etika bisnis Islam dapat menjamin keberlangsungan kegiatan bisnis untuk jangka panjang, tidak hanya terfokus untuk mendapatkan keuntungan jangka pendek saja. Dengan menjunjung tinggi etika bisnis, tentu akan memberikan kepuasan bagi para *stakeholders*, dan akan membawa perilaku bisnis secara *professional* (Darmastuti, 2022). Bisnis menggunakan etika merupakan sebagai sentral bahwa agama senantiasa menjadi kekuatan yang besar untuk menyatukan manusia di dalam komunitas moral, memotivasi menuju perilaku konstruktif dan manusiawi dan bagi penekanan aspek universal ketimbang partikularitas eksistensi umat manusia (Haerisma, 2018).

Dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi muslim adalah adanya konsepsi hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan

Tuhannya, yang dikenal dengan istilah (*hablum minallah wa hablumminannas*). Dengan berpegang pada landasan ini maka setiap muslim yang berbisnis atau beraktivitas apapun akan merasa ada kehadiran Tuhan di setiap aspek hidupnya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap muslim dalam berbisnis. Hal ini karena bisnis dalam Islam tidak semata mata orientasi dunia tetapi harus punya visi akhirat yang jelas. Dengan kerangka pemikiran seperti itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi Islam (Muhayatsyah, 2020).

Pelaku bisnis menganggap bahwa semuanya bebas asalkan dapat menguntungkan bagi bisnisnya, bagi pelaku bisnis yang seperti ini menganggap bahwa dosa dan pahala hanya ada dalam ibadah dan tidak dikenal dalam dunia bisnis, pelanggaran moral dan Praktik curang atau tidak adil yang dilakukan oleh para pelaku bisnis tidak hanya merugikan perusahaan dan pelaku bisnis lain tetapi juga masyarakat. Maka dari itu, fungsi dari penerapan etika bisnis Islam ini untuk menciptakan loyalitas dari pelanggan, karena pada dasarnya pelanggan akan merasa puas atau loyal jika pelaku bisnis menggunakan etika yang baik di saat, sesudah, ataupun sebelum transaksi (Ikhlil, 2020).

Minimnya pengetahuan masyarakat tentang etika berbisnis dalam Islam, sehingga di antara pembeli dan pedagang kurang adanya kejujuran, banyak terjadi kekurangan dan saling merugikan. Untuk menjalankan sebuah bisnis, sangat penting bagi seorang muslim untuk berperilaku etis sebab dalam Islam, etika mengatur segala aspek dalam kehidupan tak terkecuali dalam berbisnis (Durin, 2020).

Pandangan Islam tentang manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat direpresentasikan dengan empat aksioma etik atau Beukun menyebutnya sebagai konsep filsafat etika Islam, yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan/kesejajaran (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), serta tanggung jawab (*responsibility*) dan kebajikan yang bersama-sama membentuk perangkat yang tidak dapat dikurangi (Beukun R. I., 2004). Meskipun masing-masing aksioma ini dijabarkan secara beragam dalam sejarah manusia, tapi suatu konsensus yang luas telah berkembang pada masa kita sendiri tentang makna komulatifnya bagi perspektif sosial ekonomi (Naqvi, 2003).

Untuk dapat memenangkan persaingan pasar secara sehat, etika bisnis Islam juga diharapkan mampu menciptakan loyalitas di benak pelanggan/konsumen. Hubungan antara persaingan dan loyalitas menjadi lebih kuat dengan meningkatnya tingkat persaingan, terutama di sektor jasa di mana terdapat berbagai pilihan produk

dan jasa inovatif berkembang pesat. Loyalitas pelanggan mempunyai peran yang sangat penting dalam mempertahankan keberlanjutan perusahaan. Terciptanya loyalitas berasal dari kualitas pelayanan yang didampingi oleh etika bisnis Islam dalam setiap kegiatannya (Yudhita, 2022). Kualitas dalam pemberian layanan merupakan penentu yang sangat penting dari kepercayaan dan kepuasan yang pada akhirnya menjamin loyalitas.

Menurut peneliti Mall Batik Salma adalah salah satu batik terbesar di Cirebon ke-22 berdasarkan data Desa Trusmi Kulon 2019. Mall Batik Salma memiliki etika bisnis islam karena tidak lepas dari bagian dibawah naungan pondok pesantren Nuurusshidiiq. Batik Salma Cirebon menyuguhkan nuansa belanja yang homy untuk pelanggannya. Tersedia koleksi batik yang beragam dan berkualitas didukung dengan fasilitas yang nyaman. *Marketing Communication* Batik Salma Cirebon, Hardiyanto mengatakan suasana yang nyaman dan koleksi berkualitas menjadi ciri khas bagi Batik Salma. Pelanggannya pun sudah tersebar di berbagai daerah, dan mengetahui kualitas yang dimiliki oleh Batik Salma. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh penerapan etika bisnis, untuk itu penulis memberikan judul penelitian: **“PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU KARYAWAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA MALL BATIK SALMA CIREBON”**.

Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Penerapan etika bisnis terhadap perilaku karyawan di Mall Batik Salma.
- 2) Penerapan etika bisnis terhadap loyalitas pelanggan di Mall Batik Salma.

2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan beberapa masalah terkait dengan penelitian ini, maka peneliti memberikan batasan sebagai berikut:

- 1) Fokus penelitian ini adalah etika bisnis (X) sebagai variabel bebas terhadap perilaku karyawan (Y1) dan loyalitas pelanggan (Y2) sebagai variabel terikat.
- 2) Penelitian ini dilakukan kepada Karyawan dan Pelanggan Mall Batik Salma Cirebon.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh penerapan etika bisnis terhadap perilaku karyawan Mall Batik Salma Cirebon?
- 2) Bagaimana pengaruh penerapan etika bisnis terhadap loyalitas pelanggan Mall Batik Salma Cirebon?
- 3) Apakah etika bisnis islam berpengaruh terhadap perilaku karyawan dan loyalitas pelanggan?

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengaruh penerapan etika bisnis terhadap perilaku karyawan Mall Batik Salma Cirebon.
- 2) Pengaruh penerapan etika bisnis terhadap loyalitas pelanggan Mall Batik Salma Cirebon.
- 3) Pengaruh etika bisnis islam terhadap perilaku karyawan dan loyalitas pelanggan.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dengan ditulisnya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ekonomi Islam khususnya etika bisnis Islam terhadap perilaku karyawan dan loyalitas pelanggan.

2) Secara Praktis

Bagi peneliti, penelitian ini merupakan pembelajaran dalam mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh dibangku perkuliahan dan juga untuk menambah pengetahuan dan keterampilan peneliti khususnya mengenai penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku karyawan dan loyalitas pelanggan.

Bagi akademik, memberikan kontribusi pemikiran dalam upaya memperluas wawasan dalam bidang ekonomi Islam khususnya dalam penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku karyawan dan loyalitas pelanggan.

Bagi objek penelitian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi bagi karyawan maupun pelanggan terhadap etika bisnis Islam.

Bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat menambah dan mengembangkan wawasan masyarakat terkait masalah perilaku karyawan dan loyalitas pelanggan dilihat dari perspektif etika bisnis Islam dan sebagai referensi bagi pembaca yang tertarik dan ingin mengkaji lebih tentang penelitian ini

Sistematika Penulisan

Agar penulisan karya ilmiah ini lebih terarah dan sistematis, maka sistematika penulisan karya ilmiah ini sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II berisi tentang tinjauan pustaka. Pada bab ini akan membahas tentang landasan teori tentang tabungan, minat menabung, literasi keuangan syariah, lingkungan sosial, dan bank syariah, serta tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III berisi tentang metodologi penelitian. Pada bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yang menguraikan tentang ruang lingkup penelitian, jenis penelitian, operasional variabel penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

Bab IV berisi tentang hasil dan pembahasan. Dalam bab ini penulis akan menjelaskan mengenai kondisi objek penelitian, hasil dan analisis dari penelitian yang telah penulis lakukan.

Bab V berisi penutup. Dalam bab ini menguraikan kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan saran-saran sebagai masukan dan penelitian selanjutnya.