

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia modern peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan suatu negara (Hermansyah, 2020). Hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa keuangan (Kasmir, 2002). Keberadaan lembaga keuangan syariah yang masih relatif baru jika dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional dan semakin berkembangnya masalah ekonomi masyarakat, maka berbagai kendala tidak mungkin dilepaskan dari keberadaan lembaga keuangan syariah. Perkembangan bank syariah di Indonesia mendapat dukungan lebih besar dari pemerintah sejak tahun 1998 pengembangan perbankan syariah di Indonesia tumbuh dan kinerja pasar bank syariah, menyumbangkan total pengalaman perbankan yang memiliki pertumbuhan positif, meski masih tergolong kecil jumlahnya. Berdasarkan data yang dilansir oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) mengungkapkan bahwa bagian dari total aset bank syariah telah mencapai 13,37% pada tahun 2023.

Pada perkembangan ekonomi saat ini, semakin marak dengan penerapan sistem perekonomian yang berbeda pada setiap negara. Pada pelaksanaan perekonomian ini hendaknya memberikan tanggung jawab dan kewajiban yang seimbang pada kelestarian dan kesetaraan seluruh manusia. Dalam dunia modern peranan suatu perbankan dalam memajukan dan meningkatkan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank (Huzaimah, 2018). Kehadiran bank syariah merupakan salah satu solusi untuk menambah kepercayaan masyarakat khususnya di Indonesia. Perbankan syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan prinsip-prinsip syariah (Fitria, 2015).

Angka pertumbuhan perbankan syariah menunjukkan hal yang menggembirakan akan tetapi perkembangan dari sisi kelembagaan dan produk keuangan syariah tersebut belum diimbangi dengan ketaatan terhadap etika bisnis syariah padahal implementasi etika bisnis syariah dalam operasional perbankan syariah mutlak diperlukan untuk mendukung kelangsungan usaha perbankan syariah dimasa depan. Implementasi etika bisnis islam dalam praktik perbankan syariah merupakan persyaratan mutlak yang harus dipenuhi menurut tuntutan syariah agama Islam dan sebagai identitas pembeda antara bank syariah dengan bank konvensional sehingga apabila perbankan syariah tidak menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara memadai maka akan kehilangan nilai lebih yang dimilikinya (Putritama, 2018).

Etika Bisnis dalam Islam merupakan seperangkat praktik bisnis yang etis atau akhlaq al Islamiyah dengan nilai-nilai Islami yang mengunggulkan halal ataupun haram. Perilaku etis di sini diartikan sebagai perilaku menaati perintah Allah dan menghindari larangan-Nya. Dalam Islam, etika bisnis dijelaskan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Pelaku bisnis harus bertindak etis dalam berbagai aktivitas bisnisnya. Kepercayaan, keadilan, dan kejujuran adalah kunci terpenting kepada masa depan perusahaan (Amalia, 2014).

Etika bisnis Islam merupakan etika yang berlandaskan atas nilai-nilai Islam. Dalam melakukan kegiatan bisnis harus dilandasi dengan etika sebagai rambu-rambu bagi para pelaku bisnis. Etika bisnis Islam yang dijadikan rambu atau petunjuk menjalankan bisnis yang benar sesuai dengan ajaran agama Islam yaitu dalam (Asy'arie, 2016)

1. sifat amanah/sifat jujur,
2. tidak merugikan orang lain,
3. keseimbangan dalam pembagian keuntungan,
4. keadilan dalam berbisnis,
5. memandang positif pesaing bisnis

Penerapan prinsip etika bisnis Islam pada perbankan syariah merupakan syarat mutlak untuk dilaksanakan sesuai dengan pedoman hukum agama islam dan sebagai pembeda antara bank syariah dan bank konvensional (Putritama, 2018). Perbankan syariah mengalami kemajuan yang cukup

signifikan dengan ditandai dengan keberadaannya yang telah menyebar di seluruh wilayah tanah air. Kehadiran dan fungsi perbankan di Indonesia baik untuk masyarakat, industri besar, menengah atau bawah mempunyai peranan dan pengaruh yang sangat signifikan. Hal ini terjadi karena kebutuhan akan bank baik untuk penguatan modal atau penyimpanan uang oleh masyarakat sudah menjadi hal yang biasa. Dalam mengantisipasi kebutuhan masyarakat serta memberikan rasa aman, nyaman dalam transaksi perbankan. Kehadiran bank syariah merupakan salah satu solusi untuk menambah kepercayaan masyarakat khususnya di Indonesia. Prinsip perbankan syariah mengikuti sistem perekonomian dan perbankan sesuai syariat islam yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist (Cahyanti, 2020).

Angka pertumbuhan perbankan syariah menunjukkan hal yang signifikan tetapi perkembangan sisi kelembagaan serta perkembangan produk-produk keuangan bank syariah belum diimbangi dengan kepatuhan terhadap etika bisnis syariah padahal penerapan etika bisnis syariah dalam operasional perbankan syariah sangat diperlukan untuk mendukung kelangsungan perkembangan usaha perbankan syariah di masa mendatang. Penerapan etika bisnis Islam di dalam praktik perbankan syariah merupakan faktor penting sebagai identitas pembeda perbankan syariah dengan perbankan konvensional dan apabila perbankan syariah tidak menerapkan prinsip etika bisnis islam maka akan hilang nilai lebih yang telah dimiliki (Putritama, 2018).

Sebagaimana hasil observasi, peneliti menemukan fenomena terkait ketidakdisiplinan karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas. Penjelasan dari Bapak Yoan kepada Bapak Joni Amrillah selaku *branch manager* Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas. Beliau menjelaskan dalam wawancaranya bahwa:

“Selama ini bukan pelanggaran berat yang gimana-mana cuma pelanggaran ringan saja seperti karyawan datang terlambat, karyawan yang nitip absen. Ada juga karyawan yang salah menggunakan seragam, di sini tiap kamis memakai batik dan jumat untuk perempuan menggunakan rok panjang, tetapi ada karyawan yang tidak memakai batik pada hari kamis.”

Berdasarkan wawancara di atas dapat dinyatakan bahwa terdapat sebuah temuan masalah internal, walaupun permasalahan tersebut bukan

merupakan pelanggaran berat tetapi tidak bisa dibiarkan begitu saja karena hal tersebut bisa menghambat kinerja pada BSI KCP Jakarta Ciracas. Jika karyawan tersebut datang terlambat sedangkan kemampuannya sedang dibutuhkan, maka kinerja akan melambat sehingga tidak dapat menyelesaikan tugasnya dengan segera. Maka dari itu kedisiplinan perlu diterapkan sesuai dengan prinsip etika bisnis.

Selain kedisiplinan yang tertera pada wawancara di atas faktor eksternal juga berpengaruh pada terkendalanya penerapan prinsip etika bisnis Islam seperti nasabah yang belum tahu edukasi tentang sistem keuangan Islam seperti yang disampaikan Bapak Yoan Purnama sebagai berikut:

“Selama ini lebih banyak di masyarakat mungkin masyarakat belum tahu edukasi tentang sistem keuangan islam, masyarakat belum sepenuhnya paham. Kurang lebih 10% masyarakat yang tau akad-akad di bank syariah, terbukti dari misalkan asset dari perbankan syariah paling *market share*nya tidak sampai 10%. Jadi pasti kebanyakan pada ke konvensional. Menurut nasabah mungkin bank syariah kurang menarik pertama dari layanan, teknologi atau *benefit* yang di dapat mungkin masih kurang menarik.”

Hasil wawancara dengan Bapak Yoan selaras dengan yang dikatakan oleh Bapak Joni Amrillah dan Ibu Khairani Nadhilah bahwasanya masih banyak masyarakat yang belum mengetahui mengenai praktik bank syariah, masyarakat belum teredukasi secara penuh tentang produk-produk serta akad yang dimiliki oleh bank syariah. Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa kendala dalam penerapan ketika bisnis Islam terjadi dikarenakan kurangnya edukasi serta pengetahuan nasabah akan akad-akad bank syariah, produk-produk yang dimiliki oleh bank syariah dan perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional. Oleh karena itu, penting bagi bank syariah untuk memberikan edukasi kepada masyarakat dan menarik minat masyarakat dalam menabung serta berinvestasi di bank syariah.

Loyalitas nasabah merupakan faktor penting dalam dunia perbankan karena semakin tingginya loyalitas nasabah maka hal tersebut dapat menjaga kelangsungan bagi usahanya. Mempertahankan nasabah yang setia perlu adanya prioritas yang lebih besar daripada mencari nasabah yang baru. Loyalitas bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti religius, dan kualitas pelayanan (Yudiadari & Agustina, 2021). Setiap industri perbankan sangat

mengharapkan memiliki nasabah yang loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan adanya loyalitas nasabah di perbankan syariah, hal tersebut dapat mempertahankan kinerja keuangan dan kelangsungan hidup perbankan tersebut. Kepuasan nasabah merupakan bentuk respon emosional. Untuk itu diperlukan upaya menciptakan lingkungan yang lebih ramah terhadap pelanggan, tidak hanya memberikan kepuasan tetapi juga menumbuhkan loyalitas terhadap perusahaan (Siddiqi, 2011).

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan bahwasanya penting bagi bank syariah menerapkan etika bisnis yang berkualitas sesuai dengan tuntunan syariah dan etika bisnis Islam agar keinginan, kebutuhan, dan kepuasan nasabah tercapai. Maka dari itu peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berjudul **“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas”**

B. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas dapat diberikan kesimpulan identifikasi masalahnya adalah mengetahui peranan bank syariah dapat meningkatkan loyalitas nasabahnya dengan penerapannya menggunakan etika bisnis islam yang telah dijalankan oleh bank syariah terkait.

2. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menimbulkan kekeliruan, pembatasan masalah pada penelitian ini adalah “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas”

3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, pertanyaan penelitiannya adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas dalam menerapkan prinsip Etika Bisnis Islam dalam layanan dan operasionalnya?
- b. Apa saja kendala dan upaya dalam penerapan Etika Bisnis Islam pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas?
- c. Apakah penerapan Etika Bisnis Islam di Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas dapat meningkatkan loyalitas nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui penerapan prinsip Etika Bisnis Islam dalam layanan dan operasional di Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas.
- b. Untuk mengetahui kendala dan upaya dalam penerapan Etika Bisnis Islam di Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas.
- c. Untuk mengetahui loyalitas nasabah tentang penerapan Etika Bisnis Islam yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian yang dapat diambil adalah:

1. Manfaat Teoritis
Acuan untuk penelitian lebih lanjut serta untuk menambah pengetahuan tentang penerapan Etika Bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas nasabah terkhusus pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti: Penelitian ini digunakan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini juga digunakan untuk menambah pengetahuan serta informasi peneliti tentang penerapan etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas nasabah.
 - b. Bagi Akademik: Pemikiran serta ide-ide maupun hasil pada penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk penelitian selanjutnya, dan juga dapat

menjadi sumber penelitian tambahan dan referensi tambahan untuk penerapan etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

- c. Bagi Masyarakat: Dapat memberikan wawasan baru terkait penerapan etika bisnis islam dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam menunjang penelitian dengan judul penelitian “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas” peneliti telah mengulas serta mengkaji dari beberapa penelitian-penelitian yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya dilakukan oleh:

Pertama, Yudhita Meika Wardani dan Ahmad Ajib Ridlwan (2022) yang meneliti “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pada PT. Tanjung Abadi dalam usaha membangun loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan proses wawancara mendalam kepada narasumber. Penelitian ini menggunakan teknik uji validitas data yaitu triangulasi teknik dimana pengumpulan data diperoleh dari wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Tanjung Abadi telah menjalankan etika bisnis Islam yang mencakup lima prinsip etika bisnis Islam yakni prinsip kesatuan/tauhid, prinsip keseimbangan/adil, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran. Penerapan etika bisnis islam ini berdampak terhadap usaha perusahaan dalam membangun loyalitas pelanggan yang ditunjukkan dari hasil analisis loyalitas pelanggan berdasarkan pembelian secara berulang, melakukan pembelian antar lini produk dan jasa, mereferensikan Perusahaan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalannya terhadap pesaing (Wardani & Ridlwan, 2022).

Kedua, Diah Novia Ningrum dan Sholikhul Hadi (2023) meneliti “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konveksi Rizma Collection).” Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui bagaimana praktik bisnis Islam, 2) Untuk mengetahui

implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, 3) Untuk mengetahui faktor penghambat dalam penerapan etika bisnis Islam dan solusinya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu melalui pengamatan dan meneliti secara langsung pada objek penelitian yang biasa disebut sebagai pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yakni data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh melalui hasil dari wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti terhadap *owner*, karyawan, dan pelanggan atau konsumen konveksi Rizma *Collection* sebagai subjek penelitian ini. Sedangkan data sekunder pada penelitian ini diperoleh melalui jurnal-jurnal, artikel, buku serta situs web pendukung. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa 1) Praktik bisnis yang dijalankan konveksi Rizma *Collection* sudah sesuai dengan aktivitas bisnis Islam, 2) Implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan telah diterapkan dengan cukup baik pada prinsip kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan kebenaran: kebajikan dan kejujuran, walaupun masih ada kekurangan pada prinsip tanggung jawab (*responsibility*), 3) Faktor penghambat dalam implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan diantaranya kurangnya pemahaman dan penerapan nilai-nilai Islam lebih mendalam, produk yang dihasilkan masih belum seluruhnya jenis pakaian tertutup, serta kurang efektifnya pelayanan ketika banyak permintaan masuk. Namun solusi-solusi telah diupayakan demi perbaikan dalam implementasi etika bisnis Islam di konveksi Rizma *Collection* agar mampu meningkatkan loyalitas pelanggan (Ningrum, 2023)

Ketiga, Istifadatul Umamah (2021) meneliti “Penerapan Etika Bisnis Islam Para Pedagang Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Study Kasus di Pasar Rengasdengklok Karawang Jawa Barat).” Penelitian tersebut memfokuskan pembahasan pada (1) Bagaimana penerapan prinsip ketuhanan, keadilan dan tanggung jawab para pedagang menurut persepektif etika bisnis Islam (2) Bagaimana penerapan etika bisnis Islam para pedagang untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di Pasar Rengasdengklok. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat

deskriptif kualitatif, sumber data yang di gunakan yakni sumber data sekunder dan primer. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam yang dilakukan para Pedagang Di Pasar Rengasdengklok Karawang Jawa Barat, menerapkan prinsip ketuhanan yang berupa ketakwaan dan meyakini bahwa rezeki sudah di atur oleh Allah, prinsip keseimbangan yang diaplikasikan dalam bentuk jujur dalam timbangan dan adil serta prinsip tanggung jawab yang mereka terapkan dengan pemenuhan janji kepada pembeli atau konsumen. (2) Mempertahankan loyalitas pelanggan yang dilakukan pedagang dengan menjalin hubungan baik, memberikan pelayanan dan produk yang baik dengan cara transaksi yang jujur, adil dalam timbangan, menepati janji pelanggan, tanggung jawab dalam segala transaksinya, dan memberikan THR di momen tertentu (Umamah, 2021)

Keempat, penelitian Dwi Jayanti Ratna Kumala Sari dan Atika Zahra Maulida (2021) mengenai “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Nasabah di Perbankan Syariah.” Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah di perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif serta menggunakan penelitian kepustakaan yaitu mencari bahan pustaka atau dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian dengan memilih, membaca, mengevaluasi, dan mempelajari buku atau internet atau sumber tertulis lainnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis islam merupakan hal yang sangat penting, sehingga perlu dibentuk dalam perbankan syariah. Beberapa nilai-nilai dalam etika bisnis Islam yang di implementasikan pada bank syariah yaitu: pertama, tauhid atau ketuhanan. Dimana adanya pelatihan karyawan, spiritual, waktu untuk sholat berjamaah yang akan membentuk tauhid dalam dirinya. Kedua, keseimbangan. Nilai keseimbangan akan di implementasikan dalam proses transaksi/akad sehingga tidak ada ketimpangan. Ketiga, kebebasan. Nilai kebebasan bertransaksi

diakui sepanjang objeknya halal dan baik. Keempat, Tanggung jawab. Para karyawan yang terlibat dalam praktik bisnis harus selalu melakukan pertanggung jawaban atas apa yang telah di perbuat dan dapat dipercaya. Kelima, kebenaran. Adanya pelayanan yang jujur/benar dan ramah maka para nasabah akan merasakan kenyamanan dan puas saat bertransaksi. Nilai-nilai etika Islam harus di implementasikan dan dijalankan dengan baik sesuai ajaran Islam demi mempertahankan nasabah di bank syariah (Sari & Maulida, 2021).

Kelima, Saifudin (2021) meneliti “Penerapan Etika Bisnis Islam dan Loyalitas Konsumen Pada Usaha Pedagang Komoditi Pangan di Pasar Cikpuan Kota Pekanbaru Provinsi Riau.” Penelitian ini membahas tentang masih banyak ditemukan pelanggaran dan kecurangan-kecurangan seperti tidak standarnya timbangan yang digunakan, kemudian masih dicampurnya barang dagangan dengan kualitas baik dan juga buruk yakni dengan mencampur barang dagangan dengan barang dagangan yang cacat. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis (1) karakteristik pedagang dan konsumen serta profil usaha pedagang di Pasar Cik Puan, (2) penerapan etika bisnis Islam di Pasar Cik Puan, (3) menganalisis tingkat loyalitas konsumen di Pasar Cik Puan, (4) pengaruh karakteristik personal konsumen dan penerapan etika bisnis Islam terhadap loyalitas konsumen di Pasar Cik Puan (5) menganalisis startegi peningkatan penerapan etika bisnis Islam Pasar Cik Puan. Hasil penelitian menunjukkan (1) umur rata-rata pedagang 37,5 tahun, jenis kelamin laki-laki, pengalaman berdagang 9-12 tahun, jumlah tanggungan keluarga 3 orang, tingkat pendidikan 9-12 tahun dengan profil usaha jumlah tenaga kerja sebanyak 1 orang. luas kios 3 m² dan 7,5 m² dengan rata-rata memiliki izin usaha dan modal sendiri. Umur rata-rata konsumen 37,78 tahun, jenis kelamin perempuan, tingkat pendidikan 12 tahun, pengalaman belanja 8-15 tahun, jumlah tanggungan keluarga 2-4 orang dan pekerjaan ibu rumah tangga. (2) penerapan etika bisnis Islam sudah dalam kategori baik. (3) tingkat loyalitas konsumen juga dalam kategori baik. (4) variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah adalah menutup aurat, bersih dan rapi, umur konsumen, pengalaman berbelanja, jumlah tanggungan keluarga dan rekomendasi pada pembeli lain atau calon pembeli sebesar 30% dengan uji kebaikan model

dengan hasil baik. (5) Strategi peningkatan yang dapat diterapkan antara lain peningkatan pengetahuan pedagang, pengelola pasar dan konsumen terhadap syariat Islam terutama tauhid dan Fikih Muamalah, proses tera ulang dan Peningkatan keamanan, kebersihan dan kenyamanan lingkungan pasar dan parkir (Saifudin, 2021).

Keenam, penelitian Syifa Shahira (2023) tentang “Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Emas Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh.” Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi jual beli dan strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di toko emas Pasar Aceh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Selain itu jenis data yang peneliti lakukan yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Di dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain observasi dan wawancara. Adapun yang menjadi informan pada penelitian ini yaitu pedagang emas, dan pelanggan yang membeli emas di Pasar Aceh. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, penerapan etika bisnis syariah yang dijalankan di Pasar Aceh Kota Banda Aceh belum sepenuhnya dijalankan, terutama dari segi tanggung jawab dan kebenaran, kebajikan, kejujuran yang masih mementingkan keuntungan semata (Shahira, 2023).

Ketujuh, Basithul Armi dan Rian Pradesyah (2012) tentang “Penerapan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Setia Budi Kota Medan” Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Etika bisnis sangat penting untuk diterapkan disuatu industri perbankan, etika bisnis yang ada di Bank Syariah Indonesia sudah diterapkan, hal tersebut dapat dilihat dari tidak adanya unsur riba dalam oprasional bank syariah Indonesia. Etika bisnis yang diterapkan di bank syariah Indonesia sudah diterapkan sesuai dengan etika bisnis Islam, hal tersebut dapat dilihat dari kejujuran yang dilakukan oleh para pegawai tentang amah yang diberikan untuk melakukan transaksi sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam yang berada di Bank

Syariah Indonesia KCP Setia Budi Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi (Armi & Pradesyah, 2022).

Kedelapan, Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, Muhammad Fahmul Iltiham (2019) tentang “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan.” Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan zaman yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang semakin pesat sehingga menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi. Rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Tradisional Nongkojajar dan Sejauh mana penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Tradisional Nongkojajar untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Tradisional Nongkojajar dan Untuk mengetahui Sejauh mana penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Tradisional Nongkojajar untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data pasar yang diperoleh dari karyawan BUMDesa Wonosari dan wawancara dari pedagang beserta pelanggan. Berdasarkan hasil observasi yang diperoleh dari pedagang dan karyawan apabila dilihat dari lima prinsip etika bisnis secara umum yang dijadikan tolak ukur, penerapan etika bisnis secara umum sudah diterapkan dengan baik oleh pedagang dan karyawan namun masih belum pada akad antara penjual dan pembeli saat melakukan transaksi jual beli (Maghfur et al., 2019).

Kesembilan, Abdul Arif (2021) tentang “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru.” Penelitian tersebut membahas tentang pertama penerapan etika bisnis dirumuskan melalui 5 prinsip, yaitu prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, serta kebenaran, kebijakan dan kejujuran. Kedua untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan etika bisnis islam yaitu dengan selalu ingin membantu setiap

keinginan dan kebutuhan nasabah sampai tuntas, memberi perhatian terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah, sopan dan ramah kepada nasabah tanpa melakukan diskriminasi apapun, memiliki rasa toleransi yang tinggi dalam menghadapi setiap tindak tanduk para nasabah, menjaga perasaan nasabah agar tetap merasa tenang, nyaman dan menimbulkan kepercayaan, pegawai harus dapat menahan emosi dari setiap kasus yang dihadapi terutama dalam melayani nasabah yang berperilaku kurang baik, menyenangkan orang lain merupakan sikap yang harus selalu ditunjukkan oleh setiap karyawan bank. Analisis data dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dan sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder dan metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, metode dokumentasi, serta studi pustaka (Arif, 2021).

Kesepuluh, Afrida Putritma (2018) tentang “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah” Penelitian tersebut membahas tentang bagaimanakah pengawasan penerapan etika bisnis Islam dalam industri perbankan syariah, tantangan penerapan etika bisnis Islam dalam industri perbankan syariah, dan tindakan untuk mengatasi tantangan tersebut. Teknik pengumpulan data dengan studi dokumen, dan analisis data menggunakan metode kualitatif. Masih banyak tantangan yang harus dihadapi dalam penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam perbankan syariah sehingga dibutuhkan sinergi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) baik eksternal maupun internal dalam mengatasi berbagai tantangan tersebut (Putritama, 2018).

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah titik tolak berpikir logika penelitian yang anggapan dasarnya diterima oleh peneliti. Kerangka berpikir merupakan dasar dalam menyelesaikan masalah yang akan diteliti sehingga penggambaran masalah tersebut akan secara jelas terbukti dan dapat dipahami dalam konteks penelitian (Hamidi, 2010)

Hubungan yang baik dengan nasabah dapat menciptakan loyalitas terhadap perbankan yang berusaha memberikan kenyamanan dan kepuasan

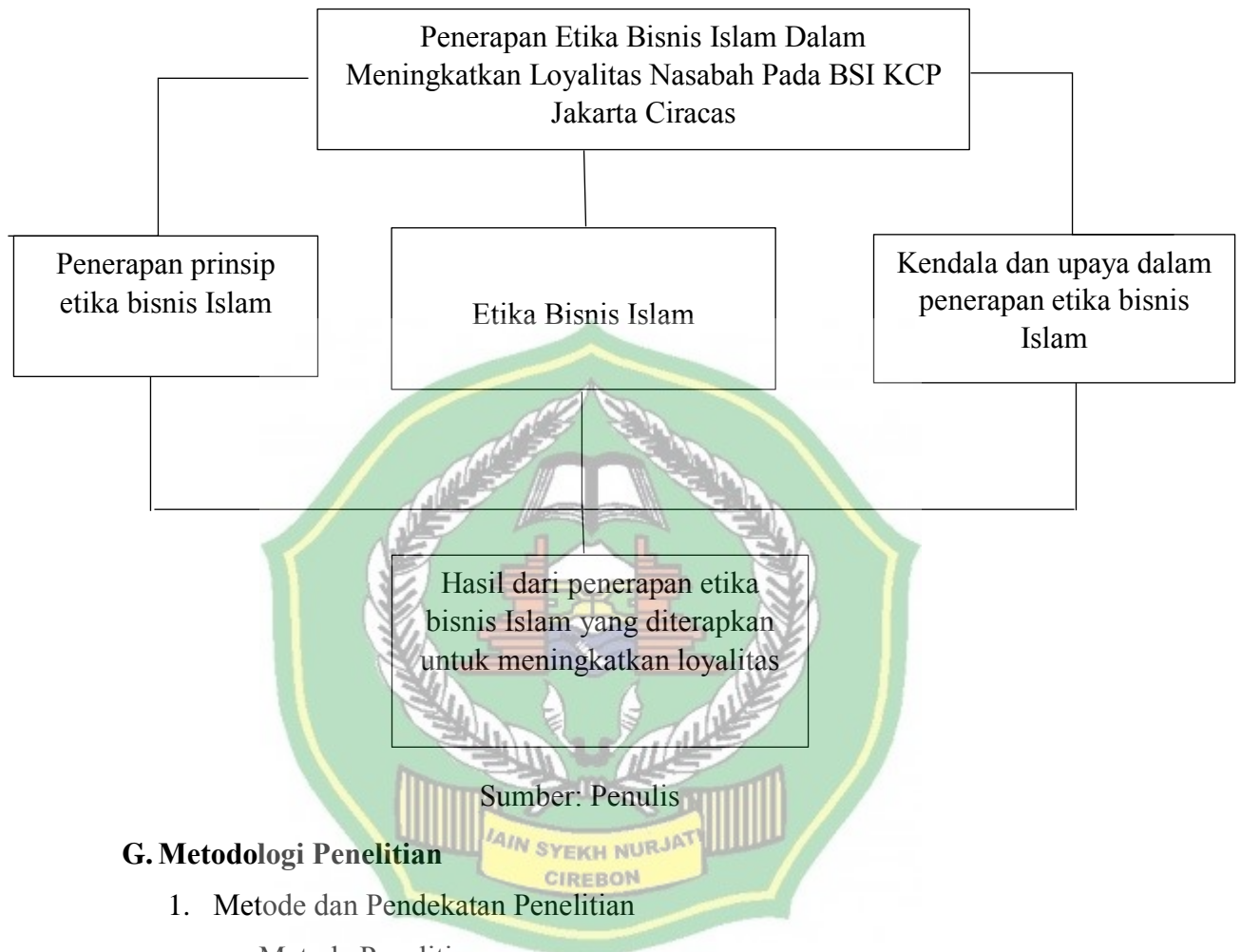
terhadap nasabahnya. Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam mencakup 4 prinsip yaitu prinsip *unity* (tauhid), *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kebebasan), dan *responsibility* (tanggung jawab). Agar berhasil menerapkan prinsip-prinsip di atas Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas harus melakukan pertimbangan menyeluruh agar prinsip-prinsip yang dilakukan dapat terlaksana dengan baik. Salah satunya Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas telah menerapkan prinsip tauhid yang di mana para karyawan sudah bersikap jujur dan amanah untuk mendapatkan kepercayaan dari nasabah. Dalam penerapan etika bisnis Islam juga memiliki beberapa kendala yang dihadapi. Kendala merupakan segala macam hal yang dapat menyebabkan jalannya kegiatan yang sudah dilaksanakan menjadi tidak efektif. Seperti kurangnya pemahaman mengenai istilah penting dalam etika bisnis Islam seperti gharar dan riba, tidak diperbolehkannya perdagangan produk non halal seperti minuman keras, perjudian, dan persenjataan dan lain sebagainya. Kendala-kendala tersebut yang menyebabkan perbankan syariah terhambat perkembangan perusahaannya.

Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, diperlukan kerjasama yang baik antara manajemen, karyawan, dan pemangku kepentingan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas. Pimpinan bank perlu memberikan arahan dan dukungan yang jelas selama proses penerapan etika bisnis Islam.

Dengan mengupayakan loyalitas nasabahnya, Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas berusaha untuk memenuhi dan memposisikan diri sebagai lembaga keuangan syariah yang terpercaya dan dapat diandalkan bagi nasabah. Hal ini tidak hanya memperkuat reputasi merek tetapi juga menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

Tingkat loyalitas yang dicapai Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas merupakan faktor penting dalam menilai kredibilitas dan kepercayaan bank. Dengan melakukan analisis mandalam studi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas.

Gambar 1.
Kerangka Pemikiran



Sumber: Penulis

G. Metodologi Penelitian

1. Metode dan Pendekatan Penelitian

a. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Corbin & Strauss (2008) menjabarkan bahwa penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, gerakan sosial atau hubungan kekerabatan. Moleong (2007) mendefinisikan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data dekriptif berupa kata-kata tertulis

maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas. Pada penelitian ini peneliti memiliki maksud untuk mengetahui secara langsung fakta di lapangan tentang penerapan etika bisnis islam pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian empiris, yaitu penelitian dengan adanya data-data lapangan sebagai sumber data utama, seperti hasil wawancara dan observasi. Fokus utama dalam penelitian empiris yaitu berupa informasi yang diperoleh dari pengalaman langsung yang berupa data (Fajar & Achmad, 2010).

Metode penelitian empiris juga merupakan sebuah penelitian hukum yang berfungsi melihat hukum sebagai arti yang nyata dan meneliti cara kerja hukum dalam lingkungan masyarakat. Penelitian empiris diambil dari banyak fakta yang ada di masyarakat, badan pemerintah dan badan hukum (Sunggono, 2003). Dipilihnya pendekatan ini sebagai salah satu pendekatan penulisan guna memperoleh data di lapangan dan Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas.

2. Jenis dan Sumber Data

Untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis islam pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas maka diperlukan sumber data yang akurat serta terpercaya. Penelitian ini menggunakan sumber data:

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Sumber

primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan data ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terkait (Sugiyono, 2015).

Dalam hal perolehan data primer, peneliti berhadapan langsung dengan orang-orang yang diwawancarai di Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak yang lainnya. Data sekunder merujuk pada informasi yang didapatkan dari sumber lain, seperti buku-buku dan situs-situs web yang ada di internet (Bungin, 2001). Penelitian ini diperoleh dari hasil pengumpulan dokumen, buku-buku serta jurnal yang relevan dengan etika bisnis islam yang diteliti.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah proses melihat atau memahami apa yang terjadi secara *real time*. Secara umum observasi adalah suatu metode pengumpulan informasi yang melibatkan analisis sistematis dan interpretasi terhadap suatu fenomena yang menjadi objek perhatian (Djaali & Muljono, 2007). Observasi digunakan untuk memahami, mengamati, dan mendokumentasikan kegiatan dengan tujuan tertentu. Observasi adalah proses pengumpulan fakta untuk mencapai suatu kesimpulan atau diagnosis (Herdiansyah, 2013).

Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi terhadap penerapan etika bisnis islam untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas.

b. Wawancara

Wawancara digunakan untuk mengumpulkan informasi yang tidak dapat diperoleh melalui pengamatan. Wawancara dilakukan dengan pertanyaan rinci untuk memastikan penyampaian informasi yang akurat (Moleong, 2007). Esterberg (2002) berpendapat bahwa

wawancara adalah pertemuan dua orang yang bertukar informasi serta ide melalui tanya jawab sehingga dapat disusun makna dalam topik tertentu. Wawancara bermanfaat untuk menggali ide, perasaan, ingatan, dan aspek lain yang tidak mudah dipahami. Dalam penelitian ini, data wawancara digunakan sebagai sumber untuk melakukan penelitian yang akurat (Rukajat, 2018). Wawancara pada penelitian dilakukan sebagai teknik pengumpulan data untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas nasabah wawancara dilakukan dengan secara langsung kepada pihak-pihak bank yaitu *Branch Manager (BM)*, *Customer Service (CS)*, *Frontliner* dan beberapa nasabah sehingga memperoleh data-data yang dibutuhkan baik berupa lisan maupun tulisan.

4. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mempelajari dan mensintesis data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, observasi, mengorganisasikan data ke dalam kategori-kategori, mendeskripsikannya dalam satuan, jumlah, dan lain-lain dan menarik kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri serta orang lain (Sugiyono, 2015). Berdasarkan jenis data penelitian ini, analisis yang digunakan yaitu teknik analisis data deskriptif kualitatif. Teknik analisis kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data menurut model *stake* yaitu mencoba untuk membandingkan antara apa yang terjadi dengan apa yang sudah ditargetkan atau diharapkan terjadi, yaitu membandingkan antara hasil yang diperoleh dengan standar yang telah digunakan sebelumnya.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas. Analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis data model Miles Huberman yang meliputi reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan (Basrowi, 2008).

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses data yang diperoleh akan disaring, difokuskan dan disederhanakan. Proses ini terjadi

sepanjang percobaan, dimulai dengan pengumpulan data di laboratorium dan diakhiri dengan pemrosesan laporan. Reduksi data adalah bagian penting dari analisis data dan melibatkan analisis lebih dalam pengelompokan, mengirimkan data yang tidak relevan, dan pengorganisasian data untuk membuat laporan akhir yang dapat diversifikasi. Pada langkah kedua, peneliti mengumpulkan data terstruktur dan terorganisir.

2. Penyajian Data

Tujuan pengumpulan data adalah untuk menyederhanakan informasi yang kompleks sehingga lebih mudah untuk dipahami. Pada tahap ketiga, peneliti mengorganisasikan dan mengkategorikan data. Proses pengeditan data dilakukan untuk mengurangi banyaknya kesalahan yang mungkin terjadi pada saat proses berlangsung. Manajemen data dapat ditingkatkan dengan menyimpan atau menambahkan informasi yang diperlukan.

3. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap penarikan kesimpulan ini yang dilakukan adalah memberikan kesimpulan terhadap analisis/penafsiran data dan evaluasi kegiatan yang mencakup pencarian makna serta pemberian penjelasan dari data yang telah diperoleh.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memudahkan dalam memahami penelitian maka pembuatan sistematika ini di susun atas lima bab, dengan uraian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II ETIKA BISNIS ISLAM PADA BANK SYARIAH

Dalam bab ini menjabarkan teori-teori yang mendasari pembahasan dengan rinci yang terdiri dari pengertian etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis

islam, pengertian loyalitas, penjelasan loyalitas nasabah, pengertian kendala dan upaya penerapan etika bisnis islam.

BAB III KONDISI OBJEKTIF

Dalam bab ini berisi tentang informasi *personal* seperti visi, misi, tujuan, struktur organisasi, *job description*, serta produk-produk yang ada pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas.

BAB IV PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP JAKARTA CIRACAS

Dalam bab ini membahas tentang penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam layanan dan operasional pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas, kendala dan upaya dalam penerapan etika bisnis Islam pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas, dan loyalitas dalam penerapan etika bisnis islam pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ciracas.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan bagian penutup yang terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari hasil temuan penelitian.

