

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Sektor ritel UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. berdasarkan data kementrian koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta unit usaha dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% atau setara dengan 8.573,89 triliun rupiah. Selain itu, UMKM juga mampu menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja serta menghimpun sampai 60,4% dari total investasi nasional. Namun, besarnya jumlah UMKM tersebut juga diiringi dengan berbagai tantangan yang perlu dihadapi. ini menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional. Namun, meningkatnya jumlah pelaku usaha juga menyebabkan persaingan yang semakin ketat, khususnya di bidang ritel (Limanseto, 2021).

Dalam hal tersebut maka semakin banyak yang menuntut pada kualitas layanan, varian produk serta etika bisnis yang baik agar dapat membangun loyalitas pelanggan, sehingga kesetiaan atau kepatuhan seseorang terhadap suatu merek, layanan atau produk merupakan loyalitas pelanggan sehingga perkembangan usaha ritel yang terjadi di daerah semakin kompetitif salah satu nya di wilayah plered cirebon pada sektor umkm yang dimana masyarakatnya sekarang tidak hanya mempertimbangkan harga saja melainkan tentang etika bisnis yang dilakukan oleh sebuah toko karena hal ini disebabkan untuk menjaga suatu nilai kejujuran, tanggung jawab, keterbukaan dan kepercayaan dalam bertransaksi sehingga dapat menjadi poin yang sangat penting untuk mempertahankan pelanggan (Sulistyowati et al., 2021).

Dalam konteks bisnis, Menurut Kotler dan Keller dalam (Dewi et al.,

2022) kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan yang menggambarkan senang atau kecewa setelah melakukan perbandingan antara ketersediaan produk dengan keinginan yang diharapkan karena kepuasan pelanggan dibangun dari loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan juga berfokus terhadap sikap positif dan komitmen yang konsisten dari konsumen pada suatu merek. sehingga pelanggan yang loyal akan melakukan pembelian suatu barang secara konsisten, dapat merekomendasikan suatu produk kepada orang lain dan tetap setia dalam menggunakan produk atau layanan yang menjadi favorit bagi pelanggan.

Bisnis dapat dipahami sebagai suatu entitas atau organisasi yang menjalankan aktivitas penjualan barang maupun jasa kepada konsumen atau pelaku usaha lain dengan tujuan memperoleh keuntungan. kegiatan Bisnis berlangsung secara berkelanjutan, dimulai dari proses pengadaan bahan baku, produksi, hingga pemasaran dan distribusi baik dalam bentuk barang maupun layanan guna menghasilkan nilai manfaat sekaligus laba (Mulyono s, 2021) Dalam perspektif ilmu ekonomi, bisnis juga dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi yang berorientasi pada perolehan keuntungan melalui pertukaran barang dan jasa. Sementara itu, dalam sistem ekonomi kapitalis, kepemilikan bisnis umumnya berada ditangan swasta, sehingga tujuan utamanya tidak hanya memperoleh profit, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan para pemilik modal (Mulyono s, 2021).

Etika juga perlu dalam berbisnis sehingga tidak dapat diimplementasikan jika komitmen individu saja, namun etika tersebut juga harus menjadi komitmen dalam setiap kelompok sebagai kerangka sosial. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis islam menjadi hal yang sangat penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan pelanggan cenderung menunjukkan kesetiaan apabila pelaku usaha mampu menerapkan perilaku yang baik dan sesuai etika, baik sebelum, selama, maupun setelah proses transaksi berlangsung (Ikhlil, 2020). Menurut Muhammad Djakfar dalam (Rahma et al., 2023) terdapat prinsip- prinsip berbisnis dalam islam seperti pertama, jujur dalam takaran (*quantity*),

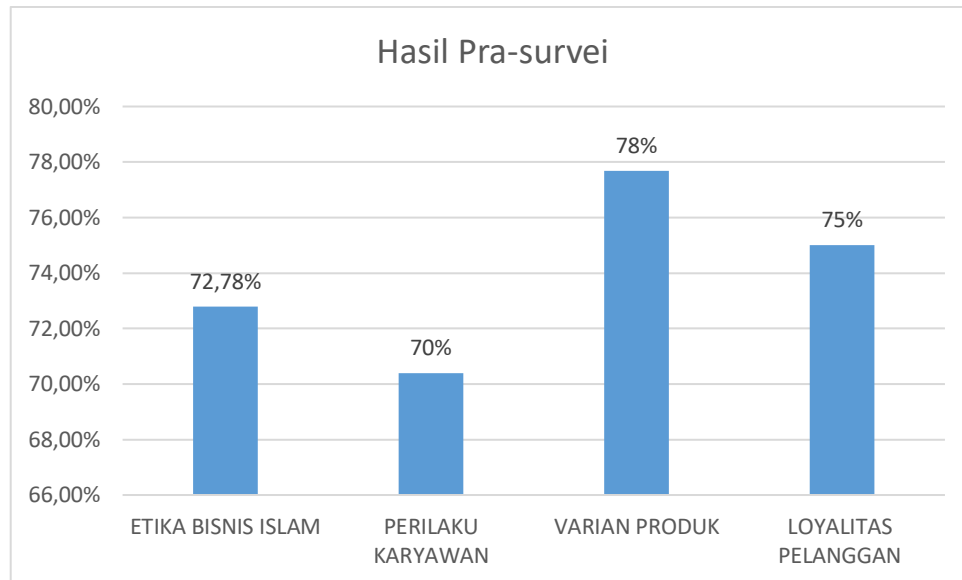
kedua, menjual barang yang baik mutunya (*quality*), ketiga dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*), keempat, ramah dan bermurah hati (*tatsamuh dan taraahun*), kelima, dapat membangun hubungan yang baik dengan siapa saja (*silat ar-rahym*), keenam tertib dalam administrasi dan yang terakhir menetapkan harga dengan transparan. Sehingga pelanggan akan lebih loyal dan percaya kepada toko yang menetapkan suatu prinsip-prinsip tersebut. Selain etika bisnis Islam yang harus diterapkan untuk menjaga loyalitas pelanggan, perilaku karyawan juga memiliki peran penting. Perilaku merupakan cerminan dari sifat atau kepribadian seseorang yang dapat menjadi dasar penilaian bagi orang lain. Sementara itu, karyawan adalah individu yang bekerja pada suatu organisasi atau tempat usaha. Dengan demikian, perilaku karyawan dapat diartikan sebagai tindakan, sikap, atau cara berinteraksi karyawan yang mencerminkan nilai-nilai moral dan etika dalam melaksanakan tugasnya. Sehingga jika perilaku karyawan nya ramah, jujur, tanggung jawab maka pelanggan pun akan lebih memilih ke toko tersebut. Varian produk juga merupakan hal yang penting karena dengan banyak nya ketersediaan barang pada suatu toko maka akan semakin banyak pembeli nya. Tujuan dari penyediaan suatu produk yaitu untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut dalam membangun suatu loyalitas pelanggan memang mempunyai banyak faktor namun penelitian ini difokuskan pada beberapa faktor diantaranya yaitu etika bisnis islam, perilaku karyawan dan varian produk yang dimana dari masing-masing faktor yang sudah dipilih mempunyai keterkaitan dalam membangun loyalitas pelanggan yaitu pada penerapan etika bisnis islam yang menjadi salah satu faktor penting didalam toko anis plered ini dimana pelanggannya tidak hanya berbelanja dengan harga yang murah saja melainkan melihat bagaimana toko anis plered ini menerapkan sikap etika dalam berbisnis seperti adanya kejujuran, rasa tanggung jawab, adanya rasa kepercayaan dari pelanggan kepada toko anis plered tersebut sehingga menimbulkan rasa kelayakitan pelanggan untuk terus berbelanja ditoko anis plered.

Selanjutnya perilaku karyawan juga memiliki keterkaitan yang cukup kuat terhadap loyalitas pelanggan dikarenakan karyawan merupakan pihak yang berinteraksi langsung dengan pelanggan, yang terjadi di toko anis plered ini pelanggan tidak hanya berbelanja karena lokasinya yang dekat melainkan melihat bagaimana cara kerja karyawan terhadap pelanggan yang dimana karyawannya bersikap ramah, sopan dan jujur maka pelanggan akan merasa dihargai sehingga pelanggan akan kembali berbelanja di toko anis plered meskipun jaraknya cukup jauh hal ini juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Sementara itu, varian produk juga menjadi faktor yang penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Dikarenakan semakin lengkap dan banyaknya produk yang tersedia di toko anis plered maka semakin besar kemungkinan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi dalam satu tempat.

Dengan demikian, etika bisnis islam, perilaku karyawan dan varian produk memiliki hubungan yang saling berkaitan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Dikarenakan loyalitas pelanggan tidak hanya terbentuk dari harga, lokasi, atau bahkan suasana yang terjadi di toko anis plered melainkan dipengaruhi oleh penerapan etika bisnis yang baik serta perilaku karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Apabila suatu toko menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam, memberikan pelayanan yang baik melalui perilaku karyawan yang responsif, serta menyediakan varian produk yang lengkap maka pelanggan toko anis plered akan merasa puas, nyaman dan akan memiliki keinginan untuk berbelanja secara terus-menerus. Maka dari itu, ketiga variabel tersebut dinilai penting dan relevan untuk diteliti karena menjadi beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang terjadi di toko anis plered ini. Adapun hasil pra survey yang peneliti lakukan kepada 30 responden untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan terkait etika bisnis islam, perilaku karyawan, varian produk, loyalitas pelanggan pada toko anis plered. Berikut diagram hasil pra survey:

**Gambar Diagram 1.1 hasil pra-survei**



Berdasarkan hasil pra-survey kepada 30 responden dapat diketahui bahwa variabel etika bisnis Islam memperoleh presentase sebesar 72,78% hal ini menunjukkan jika penerapannya tergolong sudah baik dan mengindikasikan penerapan nilai-nilai etika bisnis islam seperti sikap kejujuran, keterbukaan informasi, keadilan, tanggung jawab serta sikap amanah telah dirasakan oleh pelanggan pada toko Anis. Dengan demikian, etika bisnis Islam memiliki potensi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Meskipun belum optimal sepenuhnya dalam penerapan etika bisnis islam. Pada variabel perilaku karyawan memperoleh presentase sebesar 70% hal ini menunjukkan jika pada variabel ini tergolong baik dan pelanggan menilai perilaku karyawan seperti tanggung jawab, inisiatif, kuantitas kerja, kerja sama serta kuantitas kerja sudah memuaskan. Namun, masih perlu adanya peningkatan kuantitas kerja dan sikap karyawan yang lebih responsif agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan demikian perilaku karyawan tetap memiliki potensi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Selanjutnya, pada variabel varian produk yang memperoleh presentase sebesar 78% hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa

produk yang ditawarkan pada toko anis memiliki pilihan yang beragam dan presentase yang tertinggi diantara variabel lainnya. Dengan demikian, varian produk memiliki pontensi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Meskipun, masih ditemukan adanya permasalahan seperti keterbatasan stok produk. Sementara itu, loyalitas pelanggan memperoleh presentase 75% hal ini menunjukkan bahwa pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang, merekomendasikan toko anis plered kepada orang lain, serta tetap memilih toko tersebut meskipun terdapat alternatif lain. Dengan adanya temuan ini memberikan gambaran awal bahwa etika bisnis Islam, perilaku karyawan, dan varian produk secara simultan memiliki potensi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga penting untuk dikaji lebih lanjut pada penelitian ini.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas mengenai etika bisnis islam, perilaku karyawan dan varian produk. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Azzahra et al., 2025) bahwa etika bisnis islam berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan karena dapat menciptakan loyalitas yang berkelanjutan serta memperkuat reputasi perusahaan di pasar, selain itu konsumen mempertimbangkan tentang perilaku karyawan karena jika perilaku karyawan tersebut mempunyai sikap yang ramah, jujur, tanggung jawab dan responsivitas terhadap pembeli maka itu juga akan menjadi nilai yang sangat penting dalam mempertahankan pelanggan.

Hal ini sependapat dengan penelitian sebelumnya dari (Mashuri & Dariant, 2025) bahwa perilaku karyawan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan karena jika perilaku karyawan yang baik dan ramah dapat membuat pelanggan akan terus-menerus untuk berbelanja ditoko tersebut. selanjutnya konsumen juga akan mempertimbangkan tentang varian produk pada toko karena jika toko tersebut mempunyai banyak keragaman produk, kelengkapan produk maka akan menarik para pelanggan untuk terus berbelanja sehingga konsumen juga merasa kebutuhannya terpenuhi dengan banyak nya pilihan produk yang ada pada toko tersebut. Hal ini sependapat dengan penelitian sebelumnya dari (Yunitasari &

Santoso, 2025) bahwa varian produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini karena semakin banyak pilihan dan kelengkapan produk yang tersedia, maka semakin besar pula kemungkinan pelanggan untuk tetap konsisten berbelanja secara berulang di toko tersebut.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang diatas dapat diketahui hanya meneliti tentang etika bisnis Islam, perilaku karyawan, dan varian produk terhadap loyalitas pelanggan secara terpisah dan berbeda objek penelitiannya seperti koperasi, lembaga keuangan Syariah atau toko modern. sehingga belum ada nya penelitian secara simultan meneliti tentang pengaruh etika bisnis Islam, perilaku karyawan, dan varian produk terhadap loyalitas pelanggan pada konteks tradisional seperti Toko Anis tersebut.

Sehingga berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk mengkaji etika bisnis islam, perilaku karyawan dan varian produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, selain itu juga lokasi penelitian dengan tempat tinggal peneliti cukup dekat sehingga memudahkan peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan.

## **B. Perumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

- a. Belum ada penelitian yang secara spesifik menggabungkan pengaruh etika bisnis islam, perilaku karyawan, dan varian produk terhadap loyalitas pelanggan pada toko Anis Plered.
- b. Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap loyalitas pelanggan pada toko Anis Plered belum diketahui konsistensinya.
- c. Perilaku karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan masih berpotensi memengaruhi tingkat loyalitas.
- d. Ketersediaan dan keragaman varian produk di toko Anis Plered belum dapat dipastikan memenuhi kebutuhan pelanggan.

### **2. Batasan Masalah**

- a. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu objek yaitu pelanggan pada toko Anis Plered.
- b. Fokus penelitian ini adalah etika bisnis islam (X) sebagai variabel bebas

terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel terikat.

- c. Perilaku karyawan (X) sebagai variabel bebas terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel terikat.
- d. Varian produk (X) sebagai variabel bebas terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel terikat.

### 3. Rumusan Masalah

- a. Apakah Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Anis Plered?
- b. Apakah perilaku karyawan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Anis Plered?
- c. Apakah varian produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Anis Plered?
- d. Apakah etika bisnis islam, perilaku karyawan, dan varian produk secara silmultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Anis Plered?

## C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh etika bisnis islam terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Anis Plered.
- b. Untuk menganalisis pengaruh perilaku karyawan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Anis Plered.
- c. Untuk menganalisis pengaruh varian produk terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Anis Plered.
- d. Untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Anis Plered.

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang ekonomi Syariah, terutama yang berkaitan dengan etika bisnis islam, perilaku karyawan, dan varian produk dalam membentuk loyalitas



pelanggan.

b. Manfaat Praktis

1). Bagi peneliti

penulis dapat memperoleh wawasan lebih dalam mengenai etika bisnis islam, perilaku karyawan dan varian produk terhadap loyalitas pelanggan.

2). Bagi pemilik Toko Anis

penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pemilik toko dalam meningkatkan kualitas layanan, profesionalisme karyawan, serta pengelolaan variasi produk yang ditawarkan.

3). Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis dimasa yang akan datang, terutama yang berkaitan dengan variabel etika bisnis Islam, perilaku karyawan, varian produk serta loyalitas pelanggan dalam konteks umkm.

**D. Sistematika Penulisan**

Sistematika penelitian ditujukan untuk dapat mempermudah dalam penyusunan skripsi, maka perlu ditentukan sistematika penelitian yang baik dan benar. Sistematika penelitian dalam skripsi yang berjudul “pengaruh etika bisnis islam, perilaku karyawan, dan varian produk terhadap loyalitas pelanggan pada toko anis plered”, maka perlu ditentukan sistematika penulisan yang baik dan benar, sistematika penulisan kedalam beberapa bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Tujuan Pustaka

Pada bab ini akan membahas landasan teori tentang etika bisnis

islam, perilaku karyawan, varian produk dan loyalitas pelanggan, serta tinjauan penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan pengembangan hipotesis.

### Bab III Metode Penelitian

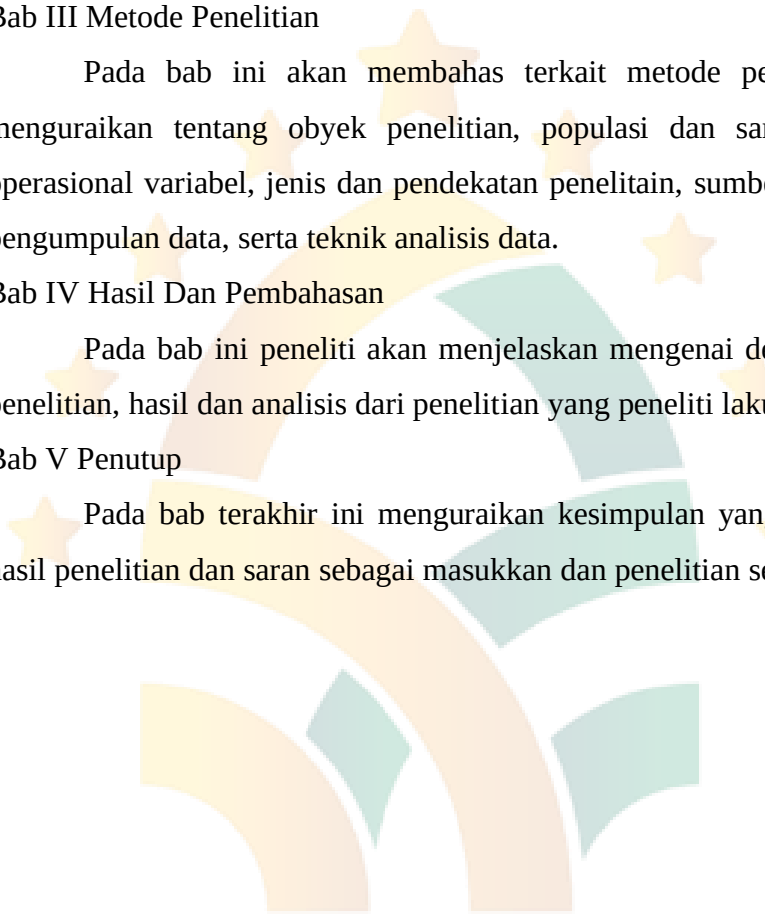
Pada bab ini akan membahas terkait metode penelitian yang menguraikan tentang obyek penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

### Bab IV Hasil Dan Pembahasan

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai deskripsi obyek penelitian, hasil dan analisis dari penelitian yang peneliti lakukan.

### Bab V Penutup

Pada bab terakhir ini menguraikan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan saran sebagai masukan dan penelitian selanjutnya.



# UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON