

SKRIPSI

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI UNTUK MENINGKATKAN
LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Toko Emas Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman
Kota Banda Aceh)**



Disusun Oleh:

**SYIFA SHAHIRA
NIM. 190602101**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Syifa Shahira

NIM : 190602101

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungbkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 27 Maret 2023
Yang Menyatakan,




Syifa Shahira

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli
Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Emas
Pasar Aceh, Kecamatan Baiturrahman, Banda Aceh)**

Diajukan Oleh:

Syifa Shahira

NIM. 190602101

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi isyarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag
NIP. 197103172008012007

Pembimbing II,

Mursalmiza, ME
NIP. 199211172020121011

Mengetahui
Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag
NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Emas Pasar Aceh, Kecamatan Baiturrahman, Banda Aceh)

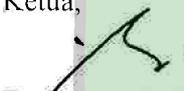
Syifa Shahira
NIM. 190602101

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan Program Studi S1 dalam bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 22 Juni 2023 M
3 Dzulhijjah 1444 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

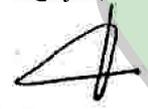
Ketua,


Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag
NIP. 197103172008012007

Sekretaris,


Mursalmina, ME
NIP. 199211172020121011

Penguji I,


Muhammad Arifin, Ph.D
NIP. 197410152006041002

Penguji II,


Jalauddin, ST., MA
NIDN. 2030126502

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Syifa Shahira

NIM : 190602101

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi
Syariah

E-mail : 190602101@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Emas Pasar Aceh, Kecamatan Baiturrahman, Banda Aceh)

Berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 27 Maret 2023

Mengetahui:

Penulis,

Syifa Shahira

NIM. 190602101

Pembimbing I,

Dr. Nizam Sari, Lc., M.Ag

NIP. 197103172008012007

Pembimbing II,

Mursalmirja, ME

NIP. 199211172020121011

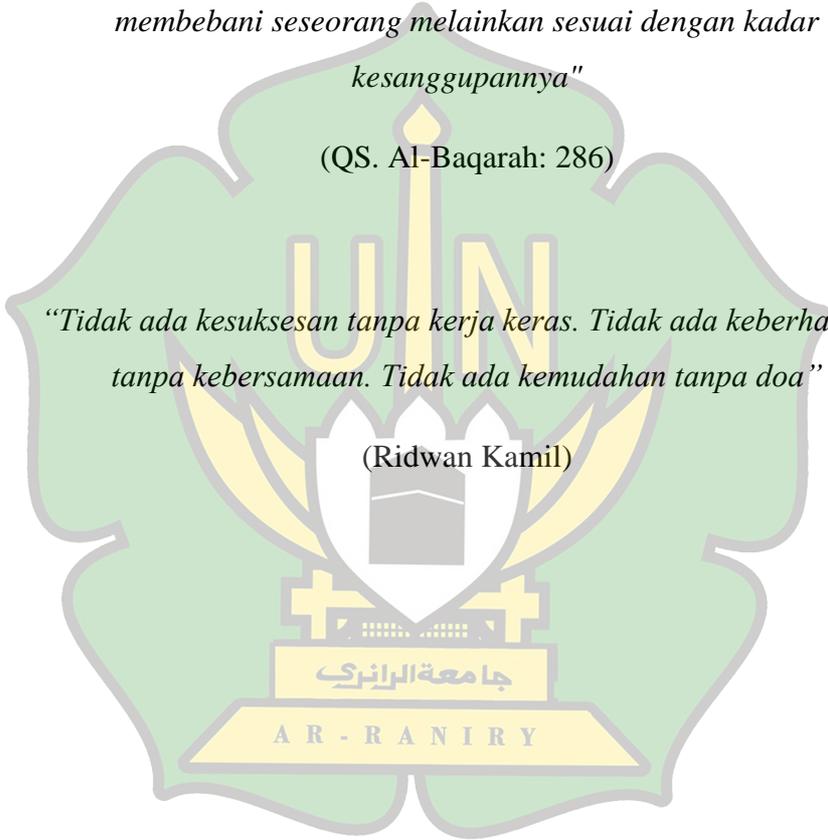
MOTTO

"Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya"

(QS. Al-Baqarah: 286)

"Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa"

(Ridwan Kamil)



KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Emas Pasar Aceh, Kecamatan Baiturrahman, Banda Aceh)”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menghantarkan umat manusia ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk dapat memperoleh derajat Strata 1 (S1) Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Ar-Raniry.

Dalam Penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan atau penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa dukungan moral dan material. Oleh karena itu, penulis sangat berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag dan Ayumiati, S.E., M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi

Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Hafiih Maulana, SP., S.H.I., M.E. selaku Ketua Laboratorium dan Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag selaku pembimbing I dan Mursalmina, ME selaku pembimbing II. Terima kasih atas segala ilmu, arahan, dukungan serta motivasi yang telah diberikan demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Muhammad Arifin, Ph.D selaku penguji I dan Jalaluddin, ST., MA selaku penguji II yang sudah meluangkan waktu dan memberikan masukan kepada penulis.
6. Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak. selaku dosen Penasehat Akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Ekonomi Syariah.
7. Seluruh dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan bantuan dan kemudahan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
8. Terimakasih kepada pedagang toko emas dan pelanggan di Pasar Aceh yang telah banyak membantu peneliti dalam mendapatkan data, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

9. Orang tua tercinta, Bapak Alm. H. Abdul Gani dan Ibu Dra. Hj. Raziah. Terimakasih Ayah dan Mama yang selalu memberikan do'a, kasih sayang, dukungan, motivasi tanpa henti kepada penulis, hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ekonomi Syariah.
10. Rijalul Aulia, Malikul Amal, Alif Alkhindi dan Sadra Surura selaku saudara kandung penulis, terimakasih abang dan adik telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi tiada henti kepada penulis.
11. Siti Rifqah, Misbahussudri, Nurjihan, Yana Mainanda, Nuri Amelia, Zulinda Mutia, dan Maisaratul Amni selaku sahabat baik penulis, terimakasih yang telah memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan penelitian ini.
12. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2019 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan untuk teman yang sangat istimewa Almh. Wilda Marjana, Nur Zakia, Saufa Yarda Nataja, Cici Miftahul Aini dan Asi Mulia Hasna yang telah banyak memberi dukungan moral maupun materil bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini, serta seluruh teman-teman lainnya yang tidak penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT. selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan

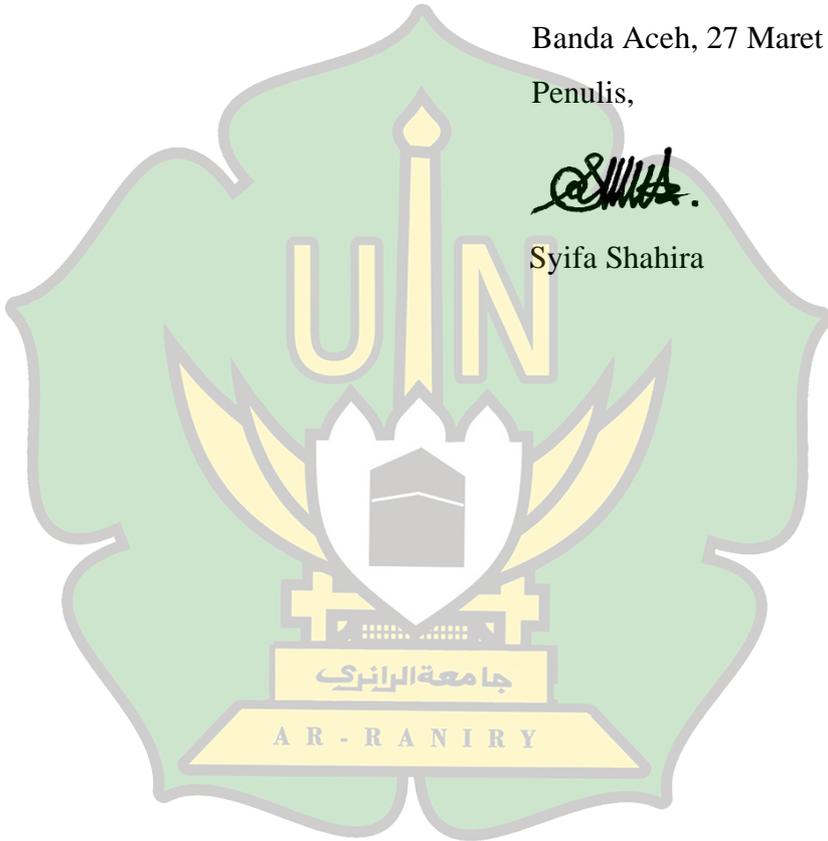
terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 27 Maret 2023

Penulis,



Syifa Shahira



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak Dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	هـ	H
13	ش	Sy	28	ء	‘
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي A R	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌ُ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أ/ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
رَمَى : *ramā*
قِيلَ : *qīla*
يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/
alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Syifa Shahira
NIM : 190602101
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : “Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Emas Pasar Aceh, Kecamatan Baiturrahman, Banda Aceh)”
Pembimbing I : Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag
Pembimbing II : Mursalmina, ME

Etika bisnis Islam adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadis. Adapun tujuan penelitian ini 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, kejujuran, kejujuran yang masih mementingkan keuntungan semata.

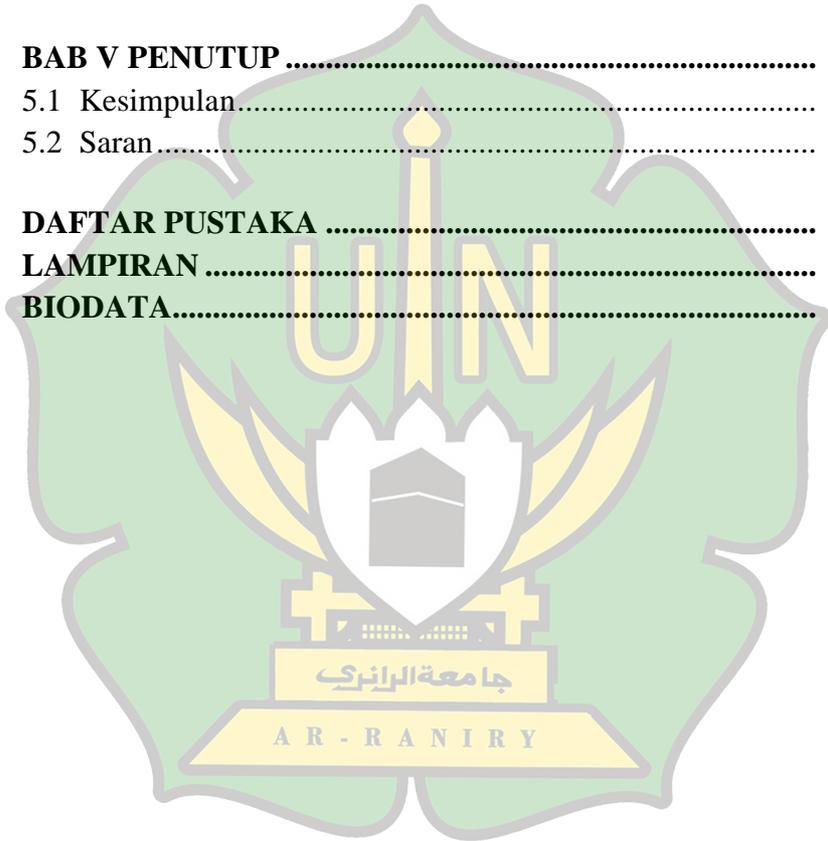
Kata Kunci: *Etika Bisnis Syariah, Jual beli, Loyalitas pelanggan, Pasar Aceh.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ...	vi
MOTO.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	xii
ABSTRAK.....	xvi
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Sistematika Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Penerapan Etika Bisnis Syariah.....	14
2.1.1 Pengertian Etika Bisnis Syariah.....	14
2.1.2 Fungsi Etika Bisnis Syariah	16
2.1.3 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Syariah	17
2.2 Transaksi Jual Beli	22
2.2.1 Pengertian Transaksi Jual Beli.....	22
2.2.2 Dasar Hukum Jual Beli	26
2.2.3 Rukun, Syarat dan Akad Jual Beli	30

2.2.4	Macam-macam Jual Beli.....	34
2.3	Loyalitas Pelanggan.....	35
2.3.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	35
2.3.2	Loyalitas Perspektif Islam.....	36
2.3.3	Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	36
2.3.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	37
2.3.5	Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelangga.....	38
2.3.6	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	39
2.4	Penelitian Terdahulu.....	40
2.5	Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		49
3.1	Jenis Penelitian.....	49
3.2	Lokasi Penelitian.....	49
3.3	Sumber Data Penelitian.....	50
3.4	Subjek dan Objek Penelitian.....	50
3.4.1	Subjek Penelitian.....	50
3.4.2	Objek Penelitian.....	51
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6	Metode Analisis Data.....	52
3.7	Instrumen Penelitian.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	56
4.1.1	Profil Kota Banda Aceh.....	56
4.1.2	Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh.....	57
4.1.3	Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh.....	58
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	39
4.2.1	Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Di Toko Emas Pasar Aceh.....	61

4.2.2 Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Toko Emas Pasar Aceh	74
4.2.3 Strategi Yang Dipakai Dapat Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Toko Emas Pasar Aceh.....	81
4.2.4 Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Dapat Meningkatkan Pendapatan.....	89
BAB V PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	65
BIODATA.....	124



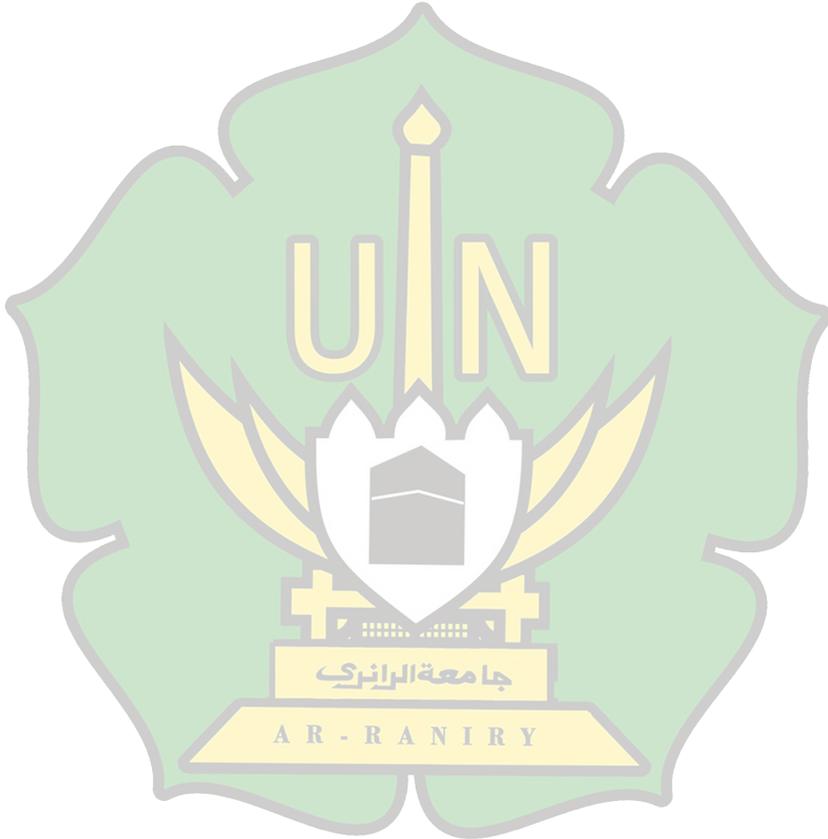
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pedagang Emas di Pasar Aceh, BandaAceh	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian.....	55



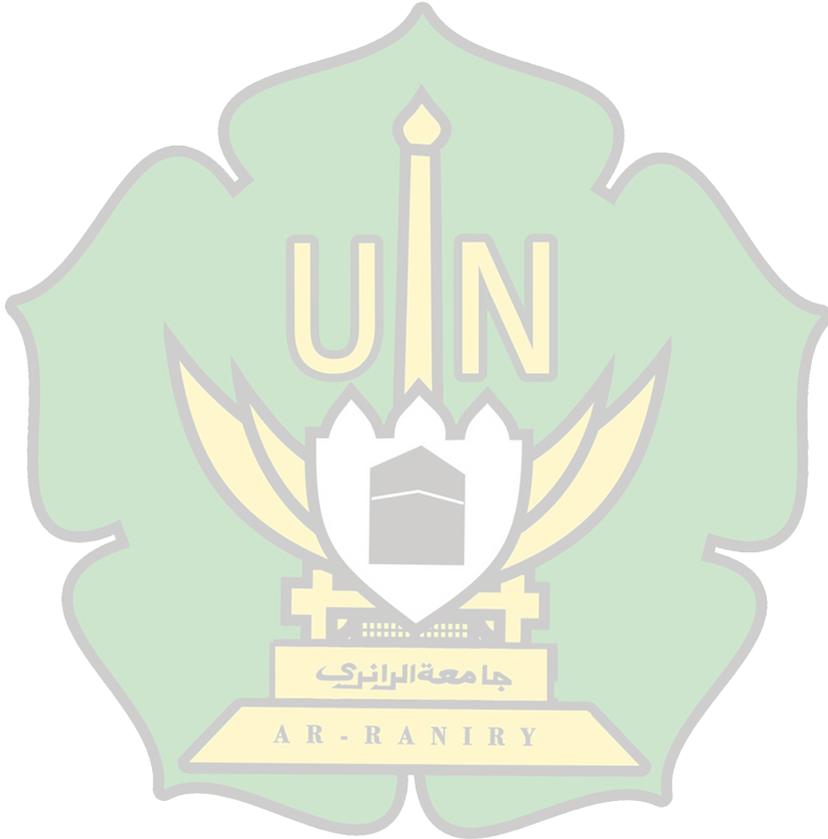
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proyeksi Jumlah Penduduk Rentan Miskin.....	3
Gambar 2.1	Kerangka pemikiran	48
Gambar 4.1	Struktur Organisasi UPTD Pasar Kota Banda Aceh Tahun 2015	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	103
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	105
Lampiran 3 Dokumen Penelitian.....	121



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai individu dan kehidupan sosial salah satu masalah yang sangat erat kaitannya dengan manusia adalah etika. Dimana penerapan etika memberikan manusia sikap dan tindakan yang benar dalam kehidupan. Sehingga etika diterapkan pada pengambilan keputusan dalam semua aspek kehidupan manusia. Nabi Muhammad SAW. dan Rasul lainnya diutus untuk mendidik etika manusia dan membersihkan pikiran mereka dari kotoran. Sehingga penyebaran etika Islam yang dilancarkan oleh Nabi bertujuan untuk membawa manusia kembali ke tujuan dasarnya, yang mengangkat suatu umat yang rusak menuju ketinggian dan kesempurnaan harkat martabat manusia.

Penerapan etika bisnis Islam adalah penerapan etika yang menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, jadi tidak perlu khawatir dalam berbisnis karena dianggap baik dan benar. Nilai etika, atau nilai moral adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi manusia seutuhnya, seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kebebasan, kebahagiaan dan cinta. Jika nilai moral ini implementasi akan menyempurnakan umat manusia secara keseluruhan. Setiap orang mungkin memiliki seperangkat pengetahuan tentang nilai-nilai tersebut, akan tetapi Al-Qur'an dan

Hadits dapat mengendalikan perilaku orang Islam sebagai sumbernya. (Muthmainnah, 2019)

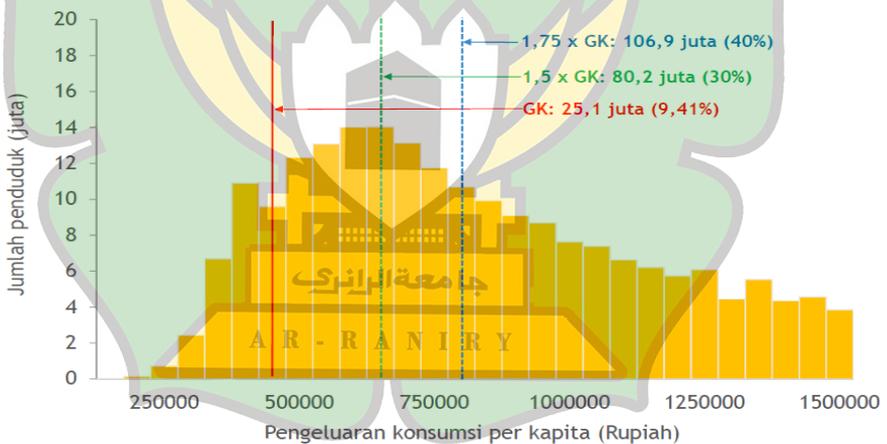
Menurut (Darmawan, 2019), etika bisnis Islam dapat membimbing para pebisnis untuk menyeimbangkan kehidupan dunia dan kehidupan di akhirat, ketika para pebisnis sibuk dengan aktivitas duniawi, umat Islam harus selalu menyeimbangkan dan konsisten menjalankan shalat dalam kehidupan bisnis sehari-hari, dan juga harus meninggalkan perilaku bisnis yang dilarang.

Dalam dunia bisnis yang berkembang pesat menjadi tantangan sekaligus ancaman bagi para penjual untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup penjual. Penjual yang ingin tumbuh dan memperoleh keunggulan bersaing harus mampu menawarkan produk atau jasa yang berkualitas, harga yang lebih rendah dari pesaing, proses/transaksi produksi dan pengiriman yang lebih singkat, dan pelayanan yang lebih baik dari pesaing lainnya.

Tantangan ekonomi Indonesia dalam 3 tahun terakhir (tahun 2020-2022) semenjak menimpa covid-19 membuat perkembangan dunia bisnis dan tantangan yang dihadapi semakin besar. Pandemi covid-19 membuat tahun 2020 menjadi tahun yang sulit untuk seluruh negara di dunia, tak terkecuali Indonesia. Dunia diprediksi akan menghadapi tantangan ekonomi yang lebih kompleks dari krisis keuangan global dan akan menjadi resesi terburuk sejak depresi hebat (Gopinath, 2020). Berbagai sektor usaha mengalami kemunduran, bahkan beberapa di antaranya

terpaksa melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Menurut data kemenaker per 1 Mei 2020, pandemi covid-19 menyebabkan 1.032.960 pekerja sektor formal yang dirumahkan, 375.165 pekerja sektor formal yang di-PHK, dan 314.833 pekerja sektor informal yang terdampak (Kemenaker, 2020). Selain itu, *Centre of Reform on Economics* (CORE) Indonesia memprediksi bahwa jumlah pengangguran di Indonesia pada kuartal II akan melonjak hingga 9,35 juta orang untuk skenario terberat yang disusun. Hal tersebut semakin melebarkan jumlah masyarakat yang termasuk dalam kelas rentan miskin.

Gambar 1.1
Proyeksi Jumlah Penduduk Rentan Miskin



Sumber : Susenas Maret 2021, diolah TNP2K

Berdasarkan gambar di atas, tantangan bisnis ini diperkirakan menyebabkan kenaikan jumlah penduduk miskin hingga mencapai 106,9 juta penduduk. Dengan kata lain, terdapat sekitar 82 juta penduduk Indonesia atau setara dengan 30 persen

dari total penduduk Indonesia yang rentan menjadi miskin (TNP2K, 2020). Sehingga untuk memenangkan persaingan bisnis, mempertahankan pasar yang diperoleh dan mengambil alih pasar yang ada, diperlukan kemampuan penjual untuk menyesuaikan strategi bisnisnya dan lingkungan yang terus berubah. Setiap pelaku bisnis harus peka terhadap setiap perubahan yang terjadi dan mampu merespon setiap permintaan konsumen yang semakin beragam dan terus berubah. Penjual harus mampu menghasilkan produk yang dapat mempermainkan emosi konsumen dan dengan produk tersebut mampu meningkatkan dan menciptakan pengalaman konsumen. (Syafiq, 2019). Dari uraian tersebut, penerapan etika dalam berbisnis harus semestinya mengikuti tata cara yang telah digariskan oleh syariah. Penerapan etika bisnis syariah menjadi bagian terpenting dalam meningkatnya jumlah konsumen yang tertarik akan produk yang dijual. Penjual harus hadir dan memberi respon yang tepat dan cepat dalam menanggapi setiap persoalan yang sedang dihadapi oleh pelanggan dalam transaksi jual beli.

Jual beli juga merupakan pertukaran barang atau jasa secara permanen dan salah satu tempat perdagangan adalah pasar. Dengan era pembangunan ekonomi, Sangat pesat menyebabkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Dan pesaing yang sangat tinggi, para pebisnis menggunakan berbagai cara agar pengusaha sering mendapatkan keuntungan tinggi dan mengabaikan etika bisnis Islam saat menjalankan bisnis tersebut. Misalnya masih banyak

pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis Islam seperti perilaku tidak jujur, mengurangi dosis atau skala, dan mencampur barang yang bagus dengan barang yang buruk pada pebisnis tersebut. (Mursidah, 2017)

Menurut (Firatmadi, 2017) dalam menghadapi tantangan bisnis yang begitu ketat, salah satu strategi bisnis yang dapat digunakan adalah mempertahankan loyalitas pelanggan, namun loyalitas pelanggan saja tidak cukup untuk terus mendukung profitabilitas suatu perusahaan, maka strategi yang tepat dan dapat diterapkan perusahaan adalah dengan cara retensi pelanggan, yaitu terjalinnya hubungan baik dengan mitra bisnis dan pelanggan untuk terus menunjang kehidupan perusahaan yang menunjukkan bahwa nilai pelanggan harus mampu menunjukkan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

Membangun dan meningkatkan pendapatan loyalitas pelanggan perusahaan yang dimulai dengan mengevaluasi posisi perusahaan berada di depan konsumen dan pasar sehingga dapat mengetahui apa yang preferensi konsumen terhadap produk perusahaan. Dalam industri yang sedang berkembang khususnya di industri perhiasan, memahami kebutuhan pelanggan tumbuh secara otomatis referensi pelanggan, yaitu kemauan pelanggan menceritakan kepuasannya kepada orang lain yang akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Pertumbuhan ekonomi yang pesat saat ini telah mendorong sebanyak lembaga perbankan syariah atau lembaga keuangan

syariah lainnya untuk menawarkan produk keuangan emas kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat melihat perkembangan investasi emas yang selalu meningkat dari tahun ke tahun dan biasanya lebih terjangkau dari investasi properti yang membuat bisnis ini sangat diminati oleh masyarakat tersebut.

Emas adalah komoditas yang sangat mudah dan fleksibel untuk diinvestasikan dan tidak perlu memiliki keahlian khusus seperti berinvestasi saham. Seperti yang diketahui, harga emas semakin hari semakin meningkat. Emas sering dianggap sebagai benda berharga dengan nilai estetika tinggi, terdepan, mengesankan, dan elegan, oleh karena itu orang menyebutnya sebagai logam mulia. Karena dalam keadaan murni atau dalam udara biasa, emas tidak dapat teroksidasi atau dengan kata lain tahan karat. Hal ini membuat emas semakin dicari sebagai salah satu dari pilihan investasi baik untuk kalangan menengah ke atas maupun orang kelas atas.

Emas merupakan salah satu logam mulia yang bernilai tinggi, karena emas merupakan nilai tukar selain uang yang digunakan di zaman dahulu sebelum adanya uang seperti saat ini. Pada umumnya emas perhiasan sangat dibutuhkan masyarakat pada hari-hari besar seperti hari raya guna untuk menunjang hati penting tersebut. Perhiasan emas itu dimanfaatkan oleh masyarakat untuk merias diri atau mempercantik penampilannya ada juga yang menggunakan emas sebagai investasi untuk pemanfaatan

dikemudian hari sewaktu membutuhkan hasil. (Sharif Chaudhy, 2012)

Perhiasan emas memiliki beragam atau bentuk model yang berbeda-beda, Seiring berjalannya waktu cincin, anting, gelang, dan kalung akan berganti model atau bentuk yang terbaru sejalan dengan perkembangan minat dan kebutuhan kaum hawa (Sharif Chaudhy, 2012). Sehingga banyak kalangan wanita akan selalu tertarik untuk mengganti emas yang dimilikinya dengan perubahan-perubahan model yang baru yang mampu mendukung penampilan mereka.

Keputusan masyarakat atau konsumen di dalam membeli maupun melakukan tukar tambah emas biasanya tidak terlepas dari motif untuk pemenuhan kebutuhan, keinginan, dan investasi. Sebagai konsumen harus bisa mengelola keuangan dengan baik dalam memilih membeli atau menggunakan barang atau jasa yang diperlukan di saat itu yang sekiranya benar-benar bermanfaat sesuai sumber daya dan kemampuannya untuk membeli dan untuk jangka waktu yang ditetapkan.

Memenuhi kepuasan konsumen untuk mendapatkan loyalitas konsumen atau pelanggan menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup para pedagang, yang mana hal tersebut menjadi keunggulan dalam merebut persaingan pasar. Menurut Kotler (2016) ada beberapa hal yang dapat dilakukan perusahaan atau pedagang untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan, antara lain; Sistem keluhan dan saran (*Complain and suggestion system*)

dan survei kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction surveys*). Selanjutnya, menurut Griffin (2003) mengungkapkan kriteria loyalitas pelanggan antara lain: Memiliki komitmen pada merek, berani membayar lebih pada merek tersebut bila dibandingkan dengan merek lain dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.

Dari penjelasan di atas perlu kita pahami bahwa pentingnya etika dalam proses kegiatan bisnis Islam yang harus dimiliki setiap pelaku bisnis kegiatan ekonomi, baik itu pebisnis atau pedagang dalam menjalankan kegiatan ekonomi untuk menghindari berbagai perilaku dilarang oleh Tuhan. Dunia bisnis yang baik yang diridhoi Allah harus berpegang teguh pada nilai-nilai etika dan moral, sehingga hasilnya akan bersih dan akan diperoleh hasil yang baik pula dan keberkahan di dunia dan akhirat.

Permasalahan yang terjadi dalam etika bisnis syariah ialah masih adanya sebagian yang belum sesuai dengan syariah Islam. Misalnya melakukan kecurangan dan penipuan dalam perdagangan. Dalam jual beli yang harus dilakukan dengan cara suka sama suka, tidak dibolehkan dengan cara yang batil dan paksaan. Salah satu keadaan yang harus dihilangkan dalam melaksanakan untuk saling ridha adalah kebebasan bertransaksi jual beli dari proses penipuan. Sebagaimana Rasulullah SAW. sebagai pelaku bisnis, ia menerapkan ekonomi yang dilandasi kejujuran sebagai etika dasar, tidak menyembunyikan kekurangannya dan mengunggulkan barang dagangannya melainkan berdasarkan realita.

Tabel 1.1

Jumlah Pedagang Emas di Pasar Aceh, Banda Aceh

No	Kategori Pedagang Emas	Jumlah Pedagang Emas Berdasarkan Kategori
1	Laki-Laki	67 orang
2	Wanita	11 orang

Sumber : Diolah oleh Peneliti, Pra Survey, 2023

Tabel 1.1 diatas menjelaskan bahwa di Pasar Aceh Kota Banda Aceh penjual emas yang telah memiliki lapak atau toko sebanyak 78 orang. Diantara pedagang tersebut sebanyak 67 orang terdiri dari laki-laki dan 11 orang perempuan. Pedagang toko ini merupakan pemilik dari usaha atau dagangan emas di Pasar Aceh. Adapun realita dilapangan masih terjadi pelanggaran-pelanggaran yang disebutkan di atas, seperti di toko emas Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh juga masih ada sebagian yang melanggar dan kecurangan-kecurangan misalnya berat yang digunakan tidak standar atau dengan kata lain penjual mengurangi berat barang yang diberikan kepada pelanggan, kemudian dicampurnya barang dagangan dengan kualitas yang baik dan buruk, bahkan sebagian penjual juga mencampur barang dagangan dengan barang yang cacat, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Emas Pasar Aceh, Kecamatan Baiturrahman, Banda Aceh).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi jual beli di toko emas Pasar Aceh?
2. Bagaimana strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di toko emas Pasar Aceh?
3. Apakah strategi yang dipakai dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di toko emas Pasar Aceh?
4. Apakah penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi dapat meningkatkan pendapatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi jual beli di toko emas Pasar Aceh.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di toko emas Pasar Aceh.
3. Untuk mengetahui apakah strategi yang dipakai dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di toko emas Pasar Aceh.

4. Untuk mengetahui apakah penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi dapat meningkatkan pendapatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Menjadi acuan untuk menambah wawasan yang diharapkan pengetahuan bagi pembaca khususnya mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan teknologi, khususnya dalam teori ekonomi Islam, dalam penerapannya etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti
Sebagai sarana potensial untuk mengembangkan pemikiran dalam terapan teori yang ada pada penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan prosedur bisnis yang baik dan sesuai etika bisnis Islam dan juga dapat dijadikan tolak ukur untuk penelitian selanjutnya.
- b. Bagi Masyarakat dan pembaca
Semoga penelitian ini dapat menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi bagi masyarakat dalam

mengambil keputusan tentang penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli sesuai ajaran agama Islam. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi akademisi sebagai sumber bacaan.

c. Bagi Akademisi

Dapat menjadi bahan pembelajaran tentang bagaimana etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan juga dampak apa yang dapat disebabkan dalam setiap kecurangan yang dilakukan didalam sistem jual beli.

1.5 Sistematika Penelitian

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yang secara umum dapat Dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang penerapan etika bisnis Islam, transaksi jual beli, loyalitas pelanggan, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data penelitian, subjek dan objek

penelitian, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi penelitian, analisis hasil dan pembahasan mengenai analisis penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi jual beli untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang penarikan kesimpulan dari hasil penelitian secara menyeluruh serta terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penerapan Etika Bisnis Syariah

2.1.1 Pengertian Etika Bisnis Syariah

Dalam dunia bisnis, etika bisnis adalah pernyataan tentang seperangkat prinsip etika normative dan penerapannya dalam perilaku bisnis. Dalam hal ini, etika bisnis berperan sebagai pedoman dalam menentukan benar tidaknya dengan suatu perilaku yang dilakukan oleh penjual dalam menjalankan bisnisnya. Tindakan etis dalam kehidupan bisnis sering kali merupakan hasil dari praktik kehidupan sehari-hari, sehingga perusahaan tidak dapat menentukan benar dan salah tindakan mereka tanpa mempertimbangkan standar kehidupan. Dan etika bisnis diatur dengan baik dalam Al-Qur'an, Islam telah memberikan batasan-batasan umum yang dijadikan sebagai anjuran dalam berbisnis. Etika bisnis Islam dapat disebut sebagai prinsip dan standar di mana pengusaha harus memiliki komitmen bersama untuk melakukan transaksi, perilaku dan hubungan untuk mencapai tujuan bisnis mereka dengan aman. (Mashur & Muttalib, 2019)

Islam menempatkan nilai-nilai moral di urutan teratas. Namun pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode etika dan moral bagi kehidupan manusia. Pada Surah Al-Baqarah ayat 275 menjelaskan bahwa Allah mengizinkan manusia mencari nafkah dengan cara jual beli, dan riba diharamkan. Karena hal tersebut riba dapat menjadi pintu datangnya eksploitasi dan penyalahgunaan,

sebab riba dalam bentuk apapun sangatlah dilarang. Selain riba, ada unsur lain yang dilarang dalam Al-Qur'an yaitu unsur penipuan, dengan kata lain, Islam membatasi cara untuk mendapatkan keuntungan dengan tidak melakukan ketidakadilan. (A. D. Putri, 2021)

Etika bisnis Islam juga sebagai etika yang menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam hingga keberkahan dunia dan akhirat. Sedangkan bisnis Islam adalah berbagai bentuk bisnis yang berbeda kepemilikan (barang/jasa) dalam jumlah terbatas, termasuk keuntungan, tetapi terbatas dengan cara memperoleh dan menggunakan asetnya karena peraturan halal dan haram. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah dasar-dasar yang menjalankan aktivitas usaha tanpa keluar dari nilai-nilai yang diajarkan Islam.

Adapun etika bisnis Islam dan Umat Islam menunjukkan praktik bisnis yang terpuji dengan memastikan bahwa pelayanan (berperilaku baik dan simpati, menepati janji dan tidak curang) termasuk dalam aspek etika bisnis syariah, seperti teori yang dikemukakan oleh Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula ada sembilan etika yang menjadi prinsip bagi syariah marketing (Darussalam, 2020), yaitu sebagai berikut:

- a. Memiliki kepribadian spiritual (Taqwa)
- b. Berperilaku baik dan simpati (Shidiq)
- c. Berlaku adil dalam bisnis (Al-'Adl)
- d. Bersikap melayani dan rendah hati (Khidmah)
- e. Menepati janji dan tidak curang

- f. Jujur dan terpercaya (Al-Amanah)
- g. Tidak suka berburuk sangka (Su'uzh-zhann)
- h. Tidak suka menjelek-jelekkan (Ghibah)
- i. Tidak melakukan sogok (Riswah)

Adapun penelitian ini mengadaptasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam, prinsipnya adalah kebebasan keesaan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), tanggung jawab (*free will*), keinginan bebas dan kebajikan (*ihsan*). (Romadona & Ulfi, 2021)

2.1.2 Fungsi Etika Bisnis Syariah

Menurut Yunus (2015), fungsi khusus yang dimiliki oleh etika bisnis Islam pada dasarnya yaitu:

- 1) Etika bisnis bertujuan untuk menemukan cara untuk menyesuaikan dan berkoordinasi berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- 2) Etika bisnis juga memiliki peran yang harus dilakukan setiap saat mengubah kesadaran masyarakat tentang bisnis, yang paling utama yaitu bisnis Islam. Dengan cara biasanya memberikan pemahaman dan cara pandang baru dengan pentingnya menggunakan bisnis landasan nilai moralitas dan spiritualitas, maka dirangkum menjadi suatu bentuk yang disebut etika bisnis.
- 3) Etika bisnis, khususnya etika bisnis Islam juga dapat digunakan dalam memberikan solusi terhadap berbagai masalah bisnis modern ini yang semakin jauh dari nilai etika. Dalam arti, bisnis yang beretika harus benar-benar

mengacu pada sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.

Dalam konteks ini (Afrizal, 2018), mengungkapkan bahwa etika bisnis Islam memiliki fungsi penting yang memungkinkan pelaku bisnis untuk:

1. Menetapkan etika Islam untuk mengatur, mengembangkan dan menanamkan metode bisnis dalam kerangka ajaran agama.
2. Kode etik ini merupakan petunjuk arah untuk melindungi pengusaha dari risiko.
3. Kode etik ini harus dilihat sebagai dokumen hukum yang menyelesaikan masalah yang muncul, bukan kepada otoritas yudisial.
4. Kode etik membantu menyelesaikan banyak masalah yang muncul antara mitra bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja. Yang dapat menciptakan persaudaraan (ukhwah) dan kerjasama di antara semua.

2.1.3 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Syariah

Adapun menurut Syafiq (2019), prinsip-prinsip bisnis yang dilakukan oleh Nabi dan para sahabatnya. Realitas ini berperan fakta oleh banyak orang, bahwa cara bisnis yang adil, bahkan pernah terjadi di Madinah. Nilai, spirit dan ajar yang dibawa Nabi berfungsi untuk menerbitkan cara bisnis yang baru pada akhirnya muncul cara berbisnis di dunia yang berkeadilan. Terdapat empat aksioma etika usaha, yaitu:

1) Prinsip Kesatuan/Tauhid/Keesaan

Prinsip rangkaian (kesatuan) mengadakan dasar yang sangat filosofis yang dijadikan serupa pondasi awal setiap gerakan seorang muslim yang berkeyakinan dengan menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan tauhid atau ilahiyah ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, peraturan yang dilakukan sesuai dengan syariah-Nya. Kegiatan usaha dan distribusi diikat dalam prinsip dan tujuan ilahiyah. Tauhid, mengadakan referensi teologis yang mendasari segala tingkah laku pribadi, termasuk aktivitas usaha. Tauhid mengajarkan manusia sebagai makhluk ilahiyah, seseorang makhluk yang memiliki Allah. Dengan demikian, rencana usaha manusia tidak tinggal dari pengawasan Allah, dan dalam rangka melaksanakan perintah Allah.

2) Prinsip Keadilan/keseimbangan

Ajaran Islam mengarah untuk terciptanya etika orang yang memegang tindakan dan perilaku yang sependapat dan adil bagian dalam kondisi hubungan antara manusia dengan pribadi, dengan masyarakat dan lingkungan. Dalam Islam sebagai prinsip keadilan yang menunjukkan kejujuran, kesederhanaan, keseimbangan, dan keterbukaan yang mewujudkan nilai-nilai moral yang ditekankan dalam Al-Quran. Islam tidak memusnahkan kelayakan orang yang tetap mengontrolnya dalam kepentingan orang-orang yang terdiri berdasarkan individu tersendiri dan karena itu juga

melindungi kepentingan langsung menggunakan kepentingan masyarakat bukan malah sebaliknya.

Dalam beraktivitas didunia kerja dan usaha, Islam meminta kita berbuat adil, dan tidak terkecuali kepada pihak yang tidak disukainya. Allah berfirman dalam surat Al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ إِعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, hendaklah engkau menjadi orang yang menegakkan keadilan karena Allah, sebagai saksi keadilan. Dan janganlah sekali-kali benci dengan suatu kaum yang mendorong engkau untuk berbuat tidak adil. Berlaku adillah, karena adil tersebut lebih dekat dengan takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah itu Maha mengetahui apa yang engkau kerjakan”.

3) Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Selain kebenaran berisikan makna kebenaran lawan kata kesalahan, dan berisikan juga unsur kebijakan dan kejujuran. Nilai kebenaran adalah ideal yang dinasihati dalam ajaran Islam. Dalam Al-Quran aksioma kebenaran yang berisi etika dan kejujuran bisa ditegaskan atas kewajiban menyetujui perjanjian dalam melaksanakan usaha.

Dalam konteks bisnis kebenaran diumpamakan sebagai niat, sikap, dan perilaku cocok yang meliputi suatu proses pencarian atau memperoleh komoditas pengembangan maupun bagian proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

Dalam aliran ini tertera dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebijakan pada usaha ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur setiap proses usaha yang diperbuat dengan tidak adanya penipuan sedikitpun. Dengan kebenaran ini, jadi etika bisnis Islam sangat membimbing dan bergerak pencegah terhadap harapan adanya kerugian salah satu pihak yang mengamalkan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam usaha (bisnis). Firman Allah dalam Al-Quran surat Al-Isra' ayat 35:

﴿ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴾ ٣٥

Artinya: *“Dan sempurnakanlah muatan apabila engkau menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.*

4) Prinsip Kehendak Bebas/Kebebasan

Kebebasan sangat berarti bagi manusia sebagai pribadi dan kelompok memiliki kebebasan penuh untuk

melakukan kegiatan bisnis. Secara ekonomi, masyarakat bebas menjalankan prinsip-prinsip Islam. Karena masalah ekonomi terutama aspek muamalah bukan ibadah aturan umum berlaku untuk itu, “semua diperbolehkan kecuali apa yang dilarang” yang tidak diperbolehkan dalam Islam ialah ketidakadilan dan riba. Etika bisnis dalam Islam memiliki kebebasan untuk melakukan bisnis baik dari kesepakatan, apakah akan menepati janji atau mengingkarinya. Seorang muslim yang percaya pada tuhan maka ia akan menepati janjinya atau sumpah dalam menjalankan bisnisnya.

5) Prinsip Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab ini sebagai pelaku bisnis, memiliki tanggung jawab moral terhadap Tuhannya atas perilaku bisnis. Harta disebut sebagai komoditas bisnis dalam Islam, dimana amanah Allah yang dipertanggungjawabkan di hadapan Allah kelak, karena sebeb apapun bahkan tanpa batasan, pasti suatu saat nanti menuntut adanya pertanggungjawaban. Agar memenuhi keadilan maka kebenaran dan kebebasan harus ada pertanggungjawaban dalam setiap tindakannya. Firman Allah dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 85:

مَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۚ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً سَيِّئَةً
يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

Artinya: *“Barang siapa yang menolong dengan itikad baik, maka orang itu pasti akan mendapatkan bagian dari (pahala)nya. Dan barang siapa memberi pertolongan itu buruk niscaya orang itu akan menanggung sebagian (dosanya). Allah Maha kuasa atas segala sesuatu”*.

Dalam penerapan tanggung jawab pada etika bisnis, yaitu:

- 1) Bahwa pengusaha yang melakukan perilaku tidak etis tidak menyalahkan masalah bisnis atau perilaku tidak etis orang lain.
- 2) Badan usaha harus mempertanggungjawabkan perbuatannya.
- 3) Semua kewajiban harus dipenuhi, kecuali salah secara moral, agar perjanjian bisnis tetap berlaku.

2.2 Transaksi Jual Beli

2.2.1 Pengertian Transaksi Jual Beli

Definisi transaksi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah akad jual beli dalam transaksi dua pihak, dan arti penjual dan pembeli dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kekuatan mengikat antara penjual yaitu pihak yang menyerahkan barang dan pihak yang menyerahkan barang pembeli ada kesepakatan. Seseorang yang membayar barang yang dijual. Transaksi penjualan adalah suatu kesepakatan tentang proses pemindahan kepemilikan suatu produk/jasa dari satu orang ke orang lain dengan menggunakan alat tukar seperti uang.

Transaksi jual beli antara penjual dan pembeli dapat melibatkan banyak tindakan, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama ketika penjual dan pembeli bernegosiasi untuk mencapai kesepakatan harga. Percakapan seperti itu dapat menjadi hal yang biasa dalam transaksi jual beli, karena bahasa tidak hanya memberikan kesan cara berbicara yang lebih sopan, tetapi juga dapat menyampaikan lebih banyak makna daripada bahasa lisan. (Efendi et al., 2017)

Dalam menerapkan sistem jual beli harus mencontoh Rasulullah SAW. dalam berbisnis yang selalu menerapkan sifat *siddiq, tabliq, amanah* dan *fathanah* dalam transaksi jual beli untuk menciptakan sistem jual beli yang baik hingga tercipta hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli. Dengan terciptanya keharmonisan penjual dan pembeli maka pembeli merasa puas dan penjual mendapatkan keuntungan dari transaksi yang terjadi. (Nurfitriani, 2020) Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Asy'ara ayat 181-183:

جامعة الرانري
AR-RANIRY

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ
الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ
مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah engkau termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbangkanlah dengan yang lurus. Dan janganlah engkau merugikan manusia pada hak-

haknya dan janganlah engkau merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT. menganjurkan kepada hamba-hambanya apabila kita menjalankan sebuah bisnis kita harus berperilaku jujur dalam bentuk apapun. Dalam aturan penjualan ini adalah dasar untuk membangun ekonomi berbasis aturan ketentuan Islam, aturan ini menekan umat manusia untuk membenarkan akses ke segala cara agar mendapatkan untung sebanyak-banyaknya. Karena, sekarang banyak orang yang mengerti bisnis adalah bisnis. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Hal inilah yang memungkinkan pelaku usaha atau para pebisnis berusaha mengeluarkan modal sedikit demi sedikit untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, itulah yang membuat para pebisnis menghalalkan segala cara. (Nilava & Fauzi, 2020)

Jual beli dalam pengertian fiqh disebut al-bai' yang berarti menjual, mengganti dan menukar barang dengan barang lainnya. Lafal albai' dalam bahasa Arab diartikan sebagai lawannya, yakni kata asy syira (beli). Jadi dari al-bai' berarti menjual, sekaligus juga diartikan sebagai membeli. (Shobirin, 2016)

Menurut (Susiawati, 2017), istilah yang dimaksud jual beli atau bisnis ialah:

- 1) Pertukaran barang dengan barang atau barang dengan uang dengan melepaskan kepemilikan dari yang satu kepada yang lain berdasarkan persetujuan keduanya.

- 2) Menurut Syekh Muhammad Ibn Qasim al-Ghazzi:
Menurut syara, pengertian jual beli yang paling benar adalah memiliki harta atau uang dengan menggantikan sesuatu atas izin syara, hanya memiliki manfaatnya saja yang diperbolehkan oleh syara selama itu harus dibayar dalam bentuk uang.
- 3) Menurut Imam Taqiyuddin dalam kitab Kiffayatul Al-Akhyar:
Saling menukar harta, saling menerima, dapat dilakukan (tasharruf) dengan ijab qobul, dengan cara yang sesuai syariat.
- 4) Syeikh Zakaria Al-Anshari dalam bukunya atau kitabnya fath Al-Wahab:
Pertukaran hal-hal lain dengan cara yang khusus (diizinkan).
- 5) Menurut Sayyid Sabiq dalam Kitabnya *Fiqh Sunnah*:
Pertukaran satu hal dengan hal lain dengan cara umum atau memindahkan hak milik dengan ahli waris dengan cara yang dibolehkannya.
- 6) Ada ulama yang memberikan pengertian jual beli atau bisnis, sebagai berikut: Menurut ulama Hanafiyah “jual beli adalah pertukaran barang dengan barang (sesuatu) atas dasar tertentu (diizinkan) syara’ atau ketentuan dari Allah yang disepakati”.

7) Menurut Imam Nawawi dalam kitab al-majmu' menyatakan bahwa *"jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta untuk kepemilikan". "Pertukaran barang dengan barang atau barang dengan uang dengan menyerahkan hak milik atas kesepakatan bersama".* Sedangkan tanpa lafaz atau sighat menurut Imam Nawawi dalam kitab al-majmu' menjelaskan bahwa *"akad jual beli tanpa sighat atau ucapan hal tersebut masih diperselisihkan keabsahannya oleh para ulama, sebagian menilai tidak sah, sebagian lagi menilai sah asal sudah diketahui kedua belah pihak sama-sama ridha dan peraktik jual belinya sesuai dengan adat setempat".*

2.2.2 Dasar Hukum Jual Beli

Landasan hukum mengenai penjualan disyariatkan berdasarkan Al-Quran, Hadist Nabi, dan Ijma'. Pelaksanaan transaksi ada aturan terperinci untuk membeli dan menjual dalam fiqh muamalah. (Mursidah, 2017)

1) Al-Qur'an

Dalam surat An-Nisa' ayat 29 yang berfirman:

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

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta orang lain dengan cara yang batil,*

kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat di atas menjelaskan larangan Allah Swt mengonsumsi harta dengan cara-cara yang batil. Kata batil oleh Al-Syaukani dalam kitabnya Fath Al-Qadir, diterjemahkan ma laisa bihaqqin (segala apa yang tidak benar). Bentuk batil ini sangat banyak. Dalam konteks ayat di atas, sesuatu disebut batil dalam jual beli jika dilarang oleh syara’. Adapun perdagangan yang batil jika di dalamnya terdapat unsur “MAGHRIB” yang merupakan singkatan dari maisir (judi), gharar (penipuan), riba dan batil itu sendiri. Dalam arti luas, perbuatan-perbuatan yang melanggar nash-nash syar’i, juga dipandang sebagai batil seperti mencuri, merampok, korupsi dan sebagainya.

Dalam surat Al-Baqarah ayat 275 yang berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: *“Orang-orang yang memakan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan gila karena (stress). Jadi karena mereka berkata*

(pendapatan), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya kemudian dia berhenti, maka apa yang diperoleh sebelumnya menjadi miliknya dan urusannya (sampai) menjadi milik Allah. Barang siapa mengulanginya, maka mereka adalah penghuni neraka, dan mereka kekal di dalamnya”.

Ayat di atas menjelaskan dasar hukum jual beli yang benar dan melarang jual beli yang mengandung riba. Allah SWT. adalah sosok yang memahami hakikat permasalahan hidup. Jadi jika dalam beberapa kasus terdapat kemaslahatan, maka disisi lain, jika itu membahayakan, maka Allah SWT. akan melarangnya.

2) Hadist Nabi

Adapun hadis yang berkaitan dengan jual beli, salah satu sahabatnya bertanya kepada Rasulullah SAW. tentang pekerjaan yang baik dan kemudian jawabannya beliau saat itu adalah jual beli. Peristiwa tersebut sebagaimana dijelaskan dalam hadis yang artinya:

“Dari Rifa’ah bin Rafi’ra. Ia berkata, Bahwasanya Rasulullah SAW. ditanya olehnya bisnis apa yang paling halal itu (wahai Rasulullah)? Lalu beliau menjawab, “pekerjaan seseorang dengan tangannya tersendiri, setiap perdagangan yang mabrur (jual beli yang baik dan bersih dari dosa dan dusta”. (HR. Imam Bazzar, Imam Hakim menyahihkannya dari Rifa’ah Ibn Rafi’)

Berdasarkan hadist di atas, jelaslah bahwa hukum jual beli adalah jaiz atau boleh. Namun, keadaan jual beli itu sendiri dapat diubah, itu semua tergantung pada apakah syarat dan ketentuan penjualan telah terpenuhi.

3) Ijma'

Para ulama sepakat bahwa jual beli diperbolehkan, dengan alasan bahwa manusia tidak akan dapat memenuhi kebutuhan mereka sendiri tanpa bantuan orang lain. Namun, bantuan atau barang-barang lain yang dia butuhkan harus diganti dengan barang lain yang sesuai. Mengacu pada ayat Al-Quran dan Hadits hukum jual beli diperbolehkan. Namun, dalam beberapa situasi dapat diubah menjadi sunnah, wajib, haram dan makruh.

2.2.3 Rukun, Syarat dan Akad Jual Beli

Setelah memahami pengertian dan dasar hukumnya, jual beli (bisnis) adalah pertukaran harta atas dasar kesepakatan bersama dan saling rela. Usaha yang kita lakukan halal, jadi perlu kita perhatikan rukun dan syarat jual beli (usaha). Secara bahasa rukun adalah keadaan yang harus dipenuhi agar pekerjaan menjadi lebih baik. (Shobirin, 2016)

Syarat merupakan ketentuan (peraturan dan petunjuk) untuk dipatuhi dan ditegaskan. Pada buku Muhammad Amin Suma menjelaskan bahwa rukun (Arab, *rukun*) jamak *arkan*, secara harfiah berarti, tiang, penopang dan sandaran, kekuatan, hal-hal besar,

bagian, unsur dan elemen. Bahkan syarat (Arab, *Syarth*) jamak *syara'ith* secara harfiah berarti, tanda, indikasi dan konfirmasi.

Menurut (Shobirin, 2016), Jumhur Ulama' ada empat rukun jual beli yaitu:

- 1) Akad (*ijab qobul*), dalam bahasa, akad adalah penghubung yang ada diantara kedua ujung barang. Sedangkan menurut ketentuan para ahli fiqh *ijab qabul* merupakan hal yang disyariatkan hingga tampak akibatnya.
- 2) Orang yang mengadakan akad atau Al-muta'qidaini (penjual dan pembeli).
- 3) Ma'kud'alaih (objek) agar sah harus ada ma'qud alaih dalam jual beli, yaitu barang menjadi objeknya atau yang menjadi alasan penjualan terjadinya perjanjian jual beli.
- 4) Nilai tukar pengganti barang, nilai pertukaran barang, yaitu untuk memenuhi tiga syarat, dapat menyimpan nilai, dapat menilai atau menilai suatu barang dan dapat digunakan sebagai alat tukar.

Empat rukun berisikan beberapa syarat yang harus dilakukan dalam jual beli (bisnis), yaitu syarat sahnya *ijab qobul* dalam kitab fiqh paling sedikit tiga yaitu:

- 1) Tidak ada kata lain yang diselingi antara *ijab qobul*
- 2) Orang yang mengadakan akad (penjual dan pembeli)
- 3) Jangan sampai ada yang memisahkan maksud penjual dan pembeli masih berinteraksi tentang *ijab qobul*.

Adapun menurut Sakinah (2018), indikasi Akad dalam jual beli memiliki tiga akad yaitu:

1) Akad Murabahah

Murabahah dalam bahasa ربح (ribhu) berarti untung/keuntungan, karena dalam jual beli murabahah harus menjelaskan keuntungannya. Sedangkan dalam istilah murabahah, melibatkan jual beli pada harga dasar dengan keuntungan tambahan. Salah satu sistem fiqih yang umum digunakan oleh bank syariah adalah sistem jual beli murabahah. Transaksi pembayaran murabahah biasanya dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dan para sahabatnya. Secara singkat, murabahah berarti menjual suatu barang dengan harga barang tersebut ditambah dengan margin yang disepakati.

2) Akad Wadi'ah

Secara bahasa, wadi'ah berasal dari bahasa Arab الترك (at-tarku) yang artinya meninggalkan. Hal ini diyakini karena pemilik harta telah mewariskan hartanya kepada orang lain. Secara istilah, wadi'ah berarti mewakili perlindungan terhadap harta tertentu atau nilai tertentu dengan cara tertentu.

Ulama Madzhab Hanafi mendefinisikan wadi'ah sebagai pemindahan harta milik seseorang kepada orang lain dalam rangka melindungi hartanya, baik dengan ungkapan yang jelas, mulai perbuatan (ucapan), atau hanya dengan

isyarat yang menunjukkan kesedihannya. Misalnya, seseorang (A) berkata kepada orang lain (B) menjawab, “Aku serahkan barang ini padamu”, lalu (B) hanya diam sebagai tanda setuju. Dengan demikian, akad wadi’ah antara keduanya adalah sempurna.

3) Akad Salam

Arti salam atau yang biasa dikenal dengan etimologi as-salaf berarti pendahuluan. Secara terminologi para ulama fiqih mendefinisikannya sebagai: *“menjual suatu barang yang penyerahannya tertunda, atau menjual suatu barang yang sifatnya nyata dengan pembayaran modal dimuka, sedangkan barang yang di jual itu diserahkan di kemudian hari”*.

Menurut ulama Syafi’iyah dan Hanabilah mendefinisikannya sebagai: *“Akad yang disepakati untuk melakukan sesuatu dengan karakteristik tertentu dengan membayar harga dimuka, sedangkan barang diserahkan (untuk penyerahan barang untuk pembeli) kemudian hari. Menurut ulama Malikiyah “jual beli yang modalnya dibayar terlebih dahulu, sedangkan barang diserahkan pada waktu yang disepakati”*.

Pada intinya, jual beli salam merupakan suatu bentuk jual beli yang membayar terlebih dahulu dan menyerahkan barang kemudian dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal, waktu dan tempat penyerahan yang jelas, yang telah

disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Resiko terhadap barang yang dipertukarkan terletak pada penjual sampai waktu penyerahan. Pembeli berhak untuk memeriksa dan menolak untuk mengirimkan barang jika tidak sesuai dengan spesifikasi awal yang disepakati.

Spesifikasi barang pesanan pada jual beli salam harus telah disepakati oleh pembeli dan penjual di awal akad. Barang pesanan harus sesuai dengan karakteristik yang telah disepakati. Jika barang pesanan yang dikirim tidak sesuai dengan spesifikasi yang tertuang dalam akad, maka pembeli dapat mengembalikannya pada penjual. Begitu juga bila barang pesanan pada saat diterima oleh pembeli harganya lebih rendah dibanding harga pada saat akad, maka selisihnya merupakan kerugian pembeli. Sebaliknya, bila harga barang pesanan pada saat diterima lebih tinggi dibanding pada saat akad, maka selisihnya diakui sebagai keuntungan dalam jual beli salam. Contoh akad salam adalah belanja online, dimana pembeli membayar sebelum menerima produknya. Selain itu, produk pun diberikan kejelasan mengenai wujudnya. Lalu, produk akan dikirim dalam beberapa hari. Seperti kita belanja melalui toko online yang mana kita harus bayar dulu, baru nanti barang yang kita pesan dikirim dalam beberapa hari kemudian.

2.2.4 Macam-macam Jual Beli

Menurut (Patmasari, 2021), macam-macam jual beli dalam Islam sebagai berikut:

1. Dalam hukum jual beli ada dua macam yaitu:
 - 1) Secara hukum jual beli yang sah
 - 2) Secara hukum jual beli yang batal
2. Ditinjaunya jual beli dari segi objek

Jual beli terbagi menjadi tiga menurut Imam Taqiyuddin:

- 1) Jual beli barang berwujud, artinya pada saat akad, benda atau barang tersebut berada di depan penjual dan pembeli.
- 2) Sebuah jual beli yang mengacu pada sifat-sifat dari benda atau bangunnya sebagai perjanjian, artinya perjanjian dimana penyerahan barang ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu.
- 3) Jual beli barang yang tidak ada, artinya barang yang diperdagangkan itu tidak ada.

2.3 Loyalitas Pelanggan

2.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyal yang berarti kesetiaan, atau loyalitas dapat dipahami sebagai kesetiaan. Kesetiaan ini muncul tanpa paksaan, tetapi muncul pada kesadaran diri di masa lalu. Bisnis yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sehingga konsep loyalitas

konsumen lebih memberatkan pada perilaku pembelian. (A. D. Putri, 2021)

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan karakteristik yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari wawasan ini dapat dipahami bahwa loyalitas terhadap merek dicapai dengan kombinasi kepuasan dan keluhan. Sementara kepuasan pelanggan berasal dari seberapa besar kinerja perusahaan menciptakan kepuasan dengan meminimalkan keluhan sehingga mencapai pembelian konsumen jangka panjang. (S. R. R. Putri, 2017)

Adapun definisi loyalitas pelanggan di atas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah loyalitas dari pelanggan yang ditandai dengan pembelian produk atau jasa yang paling banyak, konsisten dari waktu ke waktu dan memiliki sikap yang baik untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk. Menunjukkan kesetiaan yang sesungguhnya membutuhkan tindakan sikap yang dikombinasikan dengan tindakan perilaku.

2.3.2 Loyalitas Perspektif Islam

Dalam Islam, kesetiaan disebut *al-wala'*. Secara etimologi, *al-wala'* memiliki beberapa arti, antara lain mencintai, membantu, mengikuti dan mendekati. Konsep loyalitas Islam atau *al-wala'* adalah ketundukan mutlak kepada Allah SWT. dalam bentuk pelaksanaan penuh syariat Islam. Loyalitas pelanggan dalam Islam terjadi ketika kegiatan muamalah dapat memberikan keuntungan

yang saling menguntungkan, karena kedua belah pihak menunaikan kewajiban dan haknya dengan menerapkan nilai-nilai Islam. (Gultom et al., 2020)

2.3.3 Manfaat Loyalitas Pelanggan

Griffin mengemukakan bahwa peningkatan loyalitas dapat menghemat biaya perusahaan antara lain:

1. Biaya pemasaran berkurang (biaya untuk memperoleh pelanggan lebih besar daripada biaya mempertahankan pelanggan).
2. Biaya transaksi yang lebih rendah seperti negosiasi kontak dan pemrosesan pesanan.
3. Biaya perputaran pelanggan (*customer turn over*) menjadi berkurang (lebih sedikit pelanggan hilang yang harus digantikan).
4. Keberhasilan *cross-selling* meningkat, yang menghasilkan pangsa lebih besar yaitu pelanggan.
5. Pemberitaan dari mulut ke mulut menjadi lebih positif; dengan asumsi para pelanggan yang loyal juga merasa puas.
6. Mengurangi biaya kegagalan (pengulangan pengerjaan ulang klaim garansi dan lain-lain). (Arini, 2021)

2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah: (Wulandari, 2021)

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan pelanggan yang mana mereka merasakan akan kepuasan tersebut.

2. Kepercayaan

Kesediaan seseorang untuk memberikan misi atau tugas kepada perusahaan tersebut.

3. Pengalaman dengan perusahaan

Pengalaman seseorang dalam suatu perusahaan dapat membentuk perilaku. Jika kita menerima layanan yang baik dari sebuah perusahaan itu, maka akan mengulangi perilaku pada perusahaan.

4. Ikatan

Barang yang memiliki daya tarik tersendiri dapat mempengaruhi pelanggan sehingga pelanggan dapat mengidentifikasi diri dengan barang tersebut, karena sebuah barang dapat mencerminkan karakteristik pelanggan tersebut. Ikatan yang diciptakan oleh sebuah barang adalah pelanggan merasakan ikatan yang kuat dengan pelanggan lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama.

5. Kemudahan

Pelanggan merasa nyaman dengan produk yang berkualitas ketika situasi transaksional mereka menawarkan kenyamanan. Bagian dari loyalitas pelanggan, setiap

pembelian produk secara teratur, dapat didasarkan pada pengalaman yang terakumulasi dari waktu ke waktu.

2.3.5 Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Membangun loyalitas pelanggan itu sulit. Meskipun perusahaan menghabiskan banyak uang untuk mempertahankan pelanggan mereka sering gagal membangun hubungan yang berarti dengan pelanggan mereka. Ada strategi yang dapat digunakan untuk membangun loyalitas yang dikenal dengan istilah Wheel of Loyalty (Roda loyalis), yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu: (Wulandari, 2021)

- 1) Membangun fondasi loyalitas, bisnis perlu membangun fondasi yang kuat untuk membangun loyalitas pelanggan yang mencakup portofolio yang tepat dengan mengidentifikasi segmen pelanggan, menarik pelanggan yang tepat, meningkatkan layanan dan memberikan nilai kepuasan yang tinggi.
- 2) Meningkatkan ikatan loyalitas, untuk membangun loyalitas yang sesungguhnya, perusahaan harus mengembangkan hubungan yang kuat dengan pelanggannya, serta memperkuat hubungan tersebut melalui penjualan silang dan bundling atau kenaikan nilai melalui program loyalitas dan tingkat komitmen yang lebih tinggi.
- 3) Mengurangi faktor perpindahan pelanggan, perusahaan harus mengidentifikasi dan menghilangkan faktor yang

menyebabkan pengurangan karena kehilangan pelanggan dan menggantinya dengan pelanggan baru.

2.3.6 Indikator Loyalitas Pelanggan

Dalam penelitian ini indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan menurut Kotler dan Keller (2006) adalah sebagai berikut: (Putro et al., 2014)

1. Kesetiaan dalam pembelian produk

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang setia untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk atau jasa tertentu dalam periode tertentu atau kesetiaan konsumen menggunakan produk tersebut.

2. Ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan

Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang loyal akan menolak untuk mempertimbangkan tawaran produk atau jasa dari pesaing karena produk atau jasa yang dikonsumsi saat ini telah memberikan kepuasan yang akhirnya berujung pada loyalitas terhadap produk atau jasa tersebut.

3. Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang loyal akan merekomendasikan hal-hal positif mengenai produk atau jasa dari perusahaan tertentu kepada rekan dan keluarga dan meyakinkan bahwa produk atau jasa tersebut merupakan produk yang baik, sehingga orang lain akhirnya ikut membeli

dan menggunakan produk atau jasa dari badan usaha tersebut.

2.4 Penelitian Terdahulu

Sejauh ini peneliti telah melakukan penelitian terhadap beberapa jurnal yang sudah ada dan penulis mendapatkan beberapa tulisan yang serupa dengan penelitian yang akan penulis teliti, yaitu Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Adapun jurnal yang penulis dapatkan adalah sebagai berikut:

Dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Sri Bintang Romadona dan Izzani Ulfi. (2021), yang berjudul “*Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Desa Jumbleng Indramayu*”. Adapun hasil penelitiannya yang diperoleh dari para pedagang, dan pembeli di Desa Jumbleng menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam belum sepenuhnya dapat diterapkan oleh para pedagang dikarenakan terbatasnya pengetahuan mereka terkait etika bisnis Islam.

Dalam jurnal penelitiandaftar isi yang dilakukan oleh Ihna Nilava dan Ahmad Fauzi. (2020), yang berjudul “*Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri*”. Adapun hasil penelitiannya penerapan etika bisnis Islam dalam Transaksi jual beli di Pasar Ngronggo Kota Kediri bahwasanya sebagian besar pedagang sudah menerapkan dan menjalankan etika bisnis Islam meskipun belum semua pedagang yang sudah menerapkan etika bisnis Islam.

Dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Nurfitriani. (2020), yang berjudul “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Di Pasar Inpres Palu*”. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sebagian penjual telah menerapkan etika bisnis Islam dan sebagian belum menerapkan etika bisnis Islam dengan alasan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Dalam jurnal Ilmiah Magister Manajemen, Dedek Kurniawan Gultom, Muhammad Arif, Muhammad Fahmi. (2020), yang berjudul “*Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*”. Adapun Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Mashur/Abdul Muttalib. (2019), yang berjudul “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Di Pasar Tradisional Lendang Bajur Kabupaten Lombok Barat Nusa Tenggara Barat (NTB)*”. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa telah adanya penerapan etika bisnis syariah di pasar Tradisional Lendang Bajur Gunungsari Lobar, walaupun sebagian kecil masih belum menerapkan etika bisnis syariah. Diantara penerapan etika bisnis syariah yang dilakukan oleh pedagang pasar Tradisional Lendang Bajur adalah menghindari penjualan barang haram, toleransi untuk menanggukkan

pembayaran, adanya khiyar dalam tawar menawar harga barang, tidak ada unsur monopoli harga barang. Adapun bentuk pelanggaran etika bisnis sebagai berikut: masih terjadi praktek rentenir, penjualan minuman beralkohol, masih ditemukan campuran barang yang baik dengan yang buruk

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Wahyu Sri Bintang Romadonna dan Izzani Ulfi (2021)	<i>Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Desa Jumbleng Indramayu.</i>	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa yang diperoleh dari para pedagang, dan pembeli di Desa Jumbleng menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam belum sepenuhnya dapat diterapkan oleh para pedagang dikarenakan terbatasnya pengetahuan mereka terkait etika bisnis Islam.	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang etika bisnis syariah.	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada pedagang sembako sedangkan penelitian saya membahas mengenai jual beli emas.
2.	Ihna Nilava dan Ahmad Fauzi (2020)	<i>Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional</i>	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas	Perbedaan dalam penelitian ini tidak membahas tentang

Tabel 2.1 Lanjutan

		<i>Ngronggo Kota Kediri.</i>	Islam dalam transaksi jual beli di pasar Ngronggo Kota Kediri biasanya sebagian besar pedagang sudah menerapkan dan menjalankan etika bisnis Islam meskipun belum semua pedagang yang sudah menerapkan etika bisnis Islam.	tentang transaksi jual beli.	peningkatan loyalitas pelanggan.
3.	Nurfitriani (2020)	<i>Analisis Penerapan Etika Bisnis Di Pasar Inpres Palu.</i>	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sebagian penjual telah menerapkan etika bisnis Islam dan sebagian belum menerapkan etika bisnis Islam dengan alasan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar.	Persamaan yang sama membahas tentang penerapan etika bisnis syariah.	Perbedaannya ialah pada penelitian ini tidak membahas tentang objek yang ingin diteliti.

Tabel 2.1 Lanjutan

4.	Dedek Kurniawan, Gultom, Muhammad Arif, Muhammad Fahmi (2020)	<i>Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan.</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.	Persamaan Sama-sama membahas tentang Loyalitas Pelanggan.	Perbedaan pada penelitian ini tidak membahas secara khusus terhadap objeknya.
5.	Mashur/ Abdul Muttalib (2019)	<i>Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Di Pasar Tradisional Lendang Bajur Kabupaten</i>	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa telah adanya penerapan etika bisnis syariah di pasar tradisional	Persamaan penelitian ini dan penelitian saya sama-sama membahas mengenai etika bisnis syariah.	Perbedaan penelitian ini tidak memfokuskan terhadap jual beli akan tetapi penerapan etika bisnis syariah

Tabel 2.1 Lanjutan

	<p><i>Lombok Barat Nusa Tenggara Barat (NTB)</i></p>	<p>Lendang Bajur Gunungsari Lobar, walaupun sebagian kecil masih belum menerapkan etika bisnis syariah. Diantara penerapan etika bisnis syariah yang dilakukan oleh pedagang pasar Tradisional Lendang Bajur adalah menghindari penjualan barang haram, toleransi untuk menanggungkan an pembayaran, adanya khiyar dalam tawar menawar harga barang, tidak ada unsur monopoli</p>	<p>secara umum.</p>
--	--	---	---------------------

Tabel 2.1 Lanjutan

			harga barang. Adapun bentuk pelanggaran etika bisnis sebagai berikut: masih terjadi praktek rentenir, penjualan minuman beralkohol, masih ditemukan campuran barang yang baik dengan yang buruk.		
--	--	--	--	--	--

Sumber: Data Diolah, (2022)

2.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Hamidi (2004), Kerangka pemikiran pada dasarnya mengungkapkan proses berpikir dari fenomena sosial yang dikaji secara logis dan rasional, sehingga jelas bahwa proses fenomena sosial yang diteliti menggambarkan permasalahan penelitian.

Berdasarkan landasan teori yang diuraikan oleh penulis dan penelitian sebelumnya, maka kerangka penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka pemikiran



Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka akan dilakukan penelitian untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi penjualan di Pasar Aceh. pengetahuan memegang peranan penting bagi manusia untuk mengetahui suatu objek tertentu. Dalam etika bisnis, seseorang harus memahami bagaimana tujuan bisnis dalam transaksi yang dilakukan oleh pengusaha yang berpengetahuan, seseorang harus memahami bagaimana syariah, aqidah dan moralitas berbisnis. Dengan demikian, peneliti dapat melihat bagaimana Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Emas Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2011) metode kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan agar dapat memahami tentang fenomena yang terjadi oleh subjek penelitian seperti perilaku dan tindakan. Penelitian ini bertujuan supaya dapat menjelaskan fenomena dengan teliti melalui pengumpulan data yang teliti.

Data dan informasi yang didapatkan berupa penjelasan bukan berupa angka maka terjadi interaksi pada pengumpulan data. Kemudian, metode kualitatif dan metode deskriptif adalah untuk orang dan subjek itu sendiri, karena prosedur penelitian juga menghasilkan suatu data yang efektif, tulisan, bahasa, serta tingkah yang dapat diamati sehingga pendekatan ini secara langsung menghadirkan setiap individu dalam pengaturan secara keseluruhan. (Anggito & Setiawan, 2018)

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang peneliti ingin lakukan adalah toko emas di Pasar Aceh, Kecamatan Baiturrahman, Kota Banda Aceh. Dengan alasan peneliti memilih tempat atau lokasi tersebut dikarenakan masih ada sebagian pedagang yang tidak memperhatikan etika bisnis Islam dalam mengembangkan bisnisnya.

3.3 Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder: (Situmorang & Lufti, 2021)

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data primer di lokasi atau subjek penelitian. Data utama sumber yang digunakan penulisan dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung dengan pedagang di Pasar Aceh, serta informan yang terkait dengan penelitian ini yaitu etika bisnis dalam berdagang dan dampak terhadap pembeli di kawasan Pasar Aceh.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung tetapi diperoleh melalui individu atau pihak lain, misalnya buku-buku, dokumen, laporan, jurnal penelitian dan lainnya yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3.4 Subjek dan Objek Penelitian

3.4.1 Subjek Penelitian

Yang menjadi subjek dari penelitian ini adalah para pelanggan serta pedagang emas yang memiliki toko di Pasar Aceh dalam proses jual belinya. Pemilihan subjek yang peneliti kaji termasuk semua golongan yang pada dasarnya telah berpartisipasi dalam hal jual beli.

3.4.2 Objek Penelitian

Adapun objek dari penelitian ini ialah tujuh toko emas di Pasar Aceh yang sudi kiranya dapat saya peroleh informasi dari penjual dan pembeli terkait proses jual beli emas dalam meningkatkan loyalitas pelanggan/pembelian dengan menerapkan etika bisnis syariah baik dari segi transaksi maupun pelayanannya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam sebuah penelitian karena tujuan utama dari sebuah penelitian adalah untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah: (A. D. Putri, 2021)

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan penulis terhadap peristiwa yang ada secara langsung, yang berkaitan dengan objek penelitian yang diteruskan dengan adanya pencatatan sistematis terhadap semua gejala yang diteliti.

Penulis melakukan observasi terhadap etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap pembeli emas di kawasan Pasar Aceh. Metode observasi yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipan, yaitu metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian melalui observasi dan ditemukan dimana peneliti bergabung dengan informan harian.

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan dimana mengumpulkan informasi mendalam tentang suatu isu atau topik yang diangkat dalam penelitian. Baik itu proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang sudah tersedia, diperoleh menggunakan teknik lain sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti mengajukan pertanyaan kepada pedagang dan pembeli emas di Pasar Aceh di Kecamatan Baiturrahman, Kota Banda Aceh.

3. Dokumentasi

Penelitian dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif, sebagian besar dari data dan fakta disimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dari buku, dokumentasi dan arsip yang berkaitan dengan masalah. Data yang dibutuhkan penulis meliputi profil Pasar Aceh, struktur organisasi, dan fungsinya.

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data induktif, yaitu suatu metode yang digunakan untuk memperoleh pengetahuan dengan memulai dari mengamati masalah-masalah khusus dan kemudian menarik kesimpulan yang umum. Dan penulis membuat pengamatan tentang peristiwa yang terjadi di lapangan yaitu berupa pengetahuan tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Aceh Kecamatan

Baiturrahman, Kota Banda Aceh untuk meningkatkan kesejahteraan bagi penjual dan pembeli. Kemudian disandingkan dengan teori-teori yang ada, serta dianalisis dan diambil kesimpulan.

Menurut (Tarmok, 2020), Jika masih ada data penting yang belum dimasukkan, maka dilakukan dengan cara mengulang pendataan, pengecekan data dan seterusnya. Ini adalah proses simultan dari satu tahap ke tahap pengumpulan data. Peneliti mencatat atau menulis semua data secara objektif dan sesuai dengan hasil observasi dan wawancara lapangan. Adapun prosedur pengembangannya adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah pemilihan, pemusatan, penyederhanaan dan penghilangan data mentah yang terdapat dalam catatan lapangan. Proses ini berlanjut selama implementasi penelitian, dalam bentuk singkat, kode, fokus pada subjek, pendefinisian pertanyaan, dan penulisan catatan selama penelitian dan observasi di Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman, Kota Banda Aceh.

2. Data Display

Data display atau penyajian data adalah susunan informasi yang dapat digunakan untuk menarik kesimpulan penelitian. Dengan melihat data yang diberikan, peneliti dapat memahami apa yang terjadi dan memberi peneliti kemampuan untuk bertindak berdasarkan analisis atau wawasan lainnya. Pada dasarnya, penyajian data dirancang

untuk menggambarkan informasi secara sistematis dan mudah untuk dilihat dan dipahami melalui format penyajiannya. Peneliti menyajikan data berupa pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman, Kota Banda Aceh.

3. Penarikan Kesimpulan

Dari awal pengumpulan data, peneliti harus memahami makna dari permasalahan yang ditemui di lapangan. Sementara catatan dan dokumen berfungsi sebagai presentasi, informasi yang disaring dan dikelompokkan. Kesimpulan akhir dalam penelitian kualitatif, tidak ada pencabutan kecuali setelah proses pengumpulan data selesai. Kesimpulan yang ditarik harus dikaji ulang dan dipersoalkan kembali, sambil meninjau catatan lapangan harus diulas secara singkat agar lebih cepat dipahami. Penarikan kesimpulan yang dilakukan peneliti memenuhi syarat berdasarkan temuan data atau konfirmasi yang relevan untuk menghindari temuan penelitian yang tidak diinginkan oleh pihak Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman, Kota Banda Aceh.

3.7 Instrumen Penelitian

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

NO	VARIABEL	INDIKATOR
1	Etika Bisnis Syariah	<ol style="list-style-type: none">1. Prinsip Kesatuan2. Prinsip Keadilan3. Prinsip Kehendak bebas4. Prinsip Kebenaran5. Prinsip Tanggung Jawab
2	Transaksi jual beli	<ol style="list-style-type: none">1. Akad (ijab qobul)2. Adanya penjual dan pembeli3. Ma'kud 'alaih (objek)4. Nilai tukar pengganti barang
3	Loyalitas Pelanggan	<ol style="list-style-type: none">1. Kesetiaan dalam pembelian produk2. Ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan3. Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan

Sumber: Data Diolah, (2023)



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Profil Kota Banda Aceh

Kota Banda Aceh berada di ujung barat pulau sumatra yang merupakan Ibu Kota dari Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Pada awalnya Kota Banda Aceh dikenal dengan sebutan kutaraja dan saat ini diubah menjadi Kota Banda Aceh. Zaman dahulu, Kota Banda Aceh juga disebut sebagai kota tua yang memiliki keterkaitan dengan sejarah gemilang Kerajaan Aceh Darussalam. Berdirinya Kota Banda Aceh pada 1 Ramadhan 601 H yaitu 22 April 1205 M yang dibangun langsung oleh Sultan Johan Syah. Dalam penyebaran Islam di seluruh Indonesia, Kota Banda Aceh memiliki peranan penting dan dikenal sebagai Kota Serambi Mekkah.

Kota Banda Aceh dalam masa pemerintahannya memiliki evolusi yang menjadi salah satu Kota pertahanan dan Aceh ikut mengamankan jalur perdagangan maritim serta lalu lintas jamaah haji yang bersumber dari perompakan oleh armada portugis. Kota Banda Aceh memiliki potensi sangat strategis yaitu sebagai pusat pemerintahan yang menjadi salah satu bagian dari pusat perekonomian, politik, sosial dan kebudayaan. Dengan demikian, Kota Banda Aceh juga dikenal sebagai pusat pendidikan Islam yang menjadikan banyaknya para pelajar dan pedagang yang menetap di Aceh seperti dari Arab, Cina, Eropa, hingga Hindia. Sebagian para

pendatang dari negara tersebut juga banyak yang menikah dengan wanita lokal untuk menciptakan akulturasi kebudayaan.

Lebih lanjut, Kota Banda Aceh memiliki sebutan Banda Aceh Darussalam sebagai pusat pemerintahan Kerajaan Aceh, dijadikan sebagai salah satu Banda perdagangan yang ramai sejak abad ke 16. Banda Aceh Darussalam menggabungkan dua unsur yang menonjol, baik sebagai pelabuhan transito maupun daerah agraris penghasil berbagai hasil bumi yang berasal dari daerah-daerah pedalaman. Daerah-daerah tersebut mempunyai potensi ekonominya cukup akan pesediaan komoditi pertanian, hutan, seperti lada, pinang, beras dan kapur barus atau bahan-bahan mineral seperti emas, minyak tanah, merupakan sumber pemasukan dan pembiayaan istana. Dalam kontes perekonomian di Kerajaan Aceh Darussalam adanya hubungan yang erat antara pedagang dan kekuasaan Negara, bahkan kekuasaan perdagangan merupakan basis kekuatan politik yang digunakan untuk tujuan ekonomi. Pasar yang terdapat di dalam kota Banda Aceh Darussalam lebih bersifat konkret produsen dan konsumen langsung melakukan transaksi di tempat itu. Keuntungan yang diperoleh Sultan adalah penarikan bea cukai terhadap barang perniagaan.

4.1.2 Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh

Kecamatan Baiturrahman terdapat keunikan tersendiri jika dibandingkan dengan Kecamatan yang lain, yaitu posisinya berada di tengah Kota Banda Aceh. Kecamatan ini memiliki 10 desa/kelurahan yang terdiri dari Ateuk Deah Tanoh, Ateuk Jawo,

Ateuk Munjeng, Ateuk Pahlawan, Seutui, Sukaramai, Neusu Aceh, Neusu Jaya, Peuniti, Kampung Baru. Kampung Baru merupakan gampong dengan luas terbesar dibandingkan dengan gampong yang lainnya di Kecamatan Baiturrahman yakni 93,25 Ha, kemudian gampong dengan luas terkecil yaitu Ateuk Deah Tanoh memiliki luas 15,75 Ha. Kecamatan Baiturrahman memiliki luas wilayah 0,48917 Km² (489,17 Ha). Wilayah Kecamatan Baiturrahman di sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Kuta Raja, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Banda Raya, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Baiturrahman dan di sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Meuraxa (Kecamatan Baiturrahman Dalam Angka, 2020).

Jumlah penduduk di Kecamatan Baiturrahman tahun 2019 berdasarkan data Kecamatan Baiturrahman Dalam Angka 2020 tercatat 38.192 jiwa yang terdiri atas penduduk pria 19.499 jiwa dan penduduk wanita 18.693 jiwa (Kecamatan Baiturrahman Dalam Angka, 2020).

4.1.3 Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh

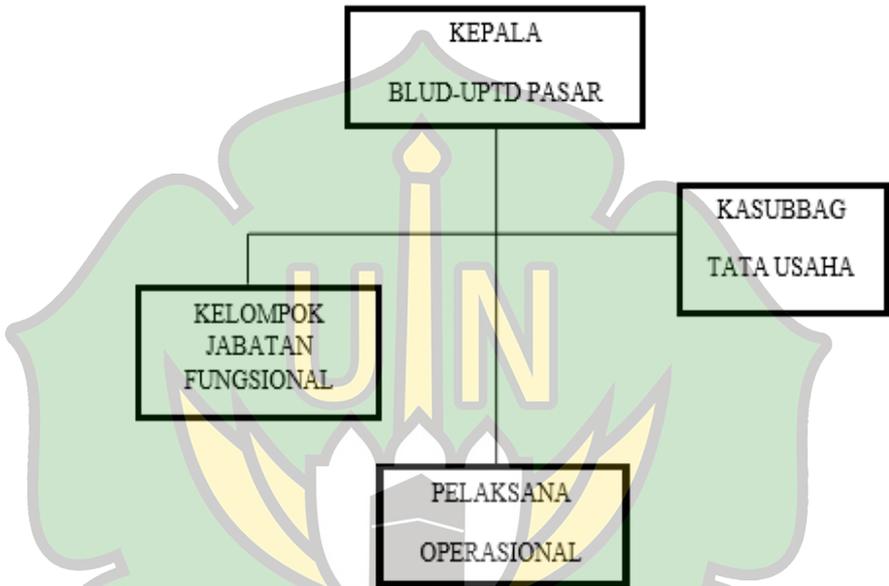
Pasar Aceh merupakan pasar tradisional terbesar di Banda Aceh yang didirikan Rabu 18 Mei 2005. Pasar ini dibangun pasca bencana gempa dan tsunami akhir 2004. Pasar aceh diresmikan pada hari selasa, 16 Juli 2013. Peresmian pasar tradisional seluas 36.000 m² itu disaksikan Wakil Ketua MPR Farhan Hamis, Wakil Gubernur Aceh Muzakir Manaf, Walikota Banda Aceh Mawardy Nurdin dan Wakil Walikota Banda Aceh Illiza Sa'aduddin.

Peresmian para Aceh itu ditandai dengan penandatanganan prasasti dan pemotongan pita oleh Menteri Perdagangan Indonesia Gita Wirjawan, Wakil Gubernur Aceh Muzakir Manaf dan Walikota Banda Aceh Mawardy Nurdin. Pembangunan Pasar Aceh menghabiskan dana Rp.150 Miliar lebih yang bersumber dari APBN melalui Kementerian Perdagangan Sebesar Rp.71 Miliar lebih. Selain dari APBN untuk pembangunan Pasar Aceh juga mendapatkan sumbangan dari JICS, pinjaman dari Bank Dunia dan APBK Kota Banda Aceh.

Pasar Aceh bernaung di bawah Dinas Perindustrian, perdagangan, koperasi dan UKM Kota Banda Aceh yang dibentuk berdasarkan keputusan Walikota Banda Aceh Nomor 319 Tahun 2011. BLUD-UPTD Pasar adalah salah satu unit organisasi yang mengurus segala persoalan yang ada di Pasar Kota Banda Aceh salah satunya Pasar Aceh. BLUD-UPTD Pasar Kota Banda Aceh memiliki struktur organisasi yang mengacu pada peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 39 Tahun 2011. Adapun susunan organisasi UPTD Pasar Kota Banda Aceh yaitu:

A R - R A N I R Y

Gambar: 4.1
Struktur Organisasi UPTD Pasar Kota Banda Aceh
Tahun 2015



Sumber: BLUD-UPTD Pasar Kota Banda Aceh.

Berdasarkan gambar 4.1 dapat dijelaskan bahwa pada organisasi pengelola BLUD-UPTD pasar yang terdiri dari satu orang pengelola dan satu kasubbag. Sedangkan manajemen/tata usaha adalah beberapa orang dalam satu kelompok jabatan fungsional dan satu orang sebagai pelaksana tugas. Namun, jumlah staf tidak semua orang berstatus PNS, tetapi juga dari non-pejabat.

Pasar Aceh juga merupakan salah satu kawasan yang rusak berat akibat bencana gempa dan tsunami akhir Desember 2004. Pasar Aceh termasuk Pasar Tradisional paling termegah yang pernah

dilihat dan diresmikan diseluruh Indonesia Pada saat itu (Desy, 2013). Pasar Aceh terletak di JL. Tengku Chik Pante Kulu, Kp. Baru, Kec. Baiturrahman, Kota Banda Aceh, Aceh.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Di Toko Emas Pasar Aceh

Ketika melakukan kegiatan bisnis, diperlukan untuk memperhatikan nilai-nilai etika khususnya bagaimana penerapan bisnis dalam Islam. Banyak para pelaku bisnis yang tidak menerapkan nilai-nilai etika dalam berbisnis, mereka hanya mencari keuntungan dan tidak memperhatikan bagaimana penerapan etika bisnis Islam. Juliyani (2016) mengatakan bahwa etika bisnis Islam merupakan nilai moral ketika melakukan kegiatan bisnis berdasarkan syariah Islam atau nilai-nilai Islam, sehingga tidak ada kekhawatiran dalam menjalankan bisnis. Nilai etika Islam memiliki perilaku yang baik dari perbuatan yang patut dan dianjurkan untuk dilakukan sebagai perilaku terpuji.

1. Prinsip Kesatuan

Prinsip kesatuan merupakan prinsip yang menggambarkan keimanan dan ketaqwaan manusia kepada Allah SWT. Maka dalam melakukan transaksi jual beli, harus sesuai dengan syariat Islam. Namun pada kenyataannya, pedagang emas di Pasar Aceh Kota Banda Aceh ini masih belum melaksanakan prinsip kesatuan. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara, yang menjelaskan bahwa pedagang

emas dalam melaksanakan ibadah shalat belum tepat waktu dan masih menundanya. Selain itu, dalam melakukan transaksi jual beli terdapat rukun dan syarat. Namun, pedagang emas di Pasar Aceh masih belum mengetahui rukun dan syarat jual beli. Selain itu, pedagang emas tersebut juga belum mengetahui etika bisnis di dalam Islam. Hal ini didukung dengan pernyataan salah satu pedagang yang mengatakan bahwa:

“Saya tidak tahu kalau tentang etika dalam Islam, yang saya tahu etika biasa. Seperti jujur dan ramah kepada pembeli. Karena saya juga sadar bahwa kalau jual beli itu butuh sopan santun dan keramah tamahan supaya pembeli senang dan kembali lagi”. (Wawancara, Pak Ahmad sebagai Pedagang Emas, 20 Februari 2023)

“Tidak, saya berjualan seperti pada umumnya. Tidak memakai etika bisnis Islam, karena saya sendiri juga tidak tahu”. (Wawancara, Pak Bima sebagai Pedagang Emas, 20 Februari 2023)

“Apa itu Dik, saya tidak tahu. Saya tahu kalau rezeki itu sudah diatur, jadi saya pasrah dengan pemberian Allah melalui berdagang dan usaha. Jadi saya berusaha sebisa saya dan berbuat baik kepada pembeli. Sehingga nanti pembeli datang lagi”. (Wawancara, Pak Said sebagai Pedagang Emas, 22 Februari 2023)

Selain pengetahuan tentang etika bisnis Islam, prinsip kesatuan lainnya seperti melakukan transaksi dengan menggunakan lafaz akad. Namun, dalam praktiknya transaksi jual beli belum melakukan lafaz akad, meskipun sebagian ulama membolehkan dengan syarat saling ridha. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan pedagang emas sebagai berikut:

“Tidak, saya tidak pernah melakukan lafaz akad dalam transaksi jual beli. Seperti pada umumnya saja, saya menjumlah total barang belanjaan dan memberikan uang kembalian. Saya tidak tahu, karena saya sekolah dulu juga cuma sampai SD Dik. Saya tahunya cuma kalau melayani pembeli itu harus ramah saja. Jika pun ada kalimat khusus seperti barang untuk pembeli uang untuk saya, begitu saja si Dik”. (Wawancara, Pak Said sebagai Pedagang Emas, 22 Februari 2023)

“Kalau jualan, saya biasanya menawarkan barang jualan saya. Pembeli mau dan membayar. Seperti pada umumnya saja. Tidak pernah saya menggunakan lafaz akad waktu jual beli. Saya sendiri baru tahu ini. Dan pembeli pun saya lihat biasanya sibuk-sibuk ketika beli emas”. (Wawancara, Pak Bima sebagai Pedagang Emas, 20 Februari 2023)

Selain pedagang emas di Pasar Aceh, pelanggan juga sebaiknya mengetahui etika bisnis syariah yang merupakan aplikasi dari kehidupan sehari-hari yang selalu dijalankan dan dilakukan. Berikut merupakan wawancara peneliti bersama pelanggan emas di Pasar Aceh :

“Jika istilahnya saya kurang tahu, Dik. Persoalan akad dan sikap jujur, tanggung jawab dan sebagainya mungkin saya pernah dengar baik di pengajian atau dari Teungku-Teungku. Untuk toko emas di Pasar Aceh, secara umum saya melihat adanya prinsip kesatuan yang membuktikan mereka ada akadnya, harga penjualan yang serentak dan saling bermusyawarah jika ada kenaikan atau penurunan harga, bahkan mereka pun memiliki grup pedagang emas di WAG nya masing-masing”. (Wawancara, Ibu Fira sebagai Pembeli Emas, 25 Februari 2023)

“Menurut pengamatan saya, tindakan kesatuan yang Adik maksud ada dong di para pedagang emas. Walaupun tidak sepenuhnya dijalankannya itu wajar. Kan namanya kita manusia ya Dik, setiap hari ini kita harus belajar kan. Setidaknya saya melihat prinsip kesatuan itu sudah mulai dijalankan di pedagang emas di Pasar Aceh ini”. (Wawancara, Ibu Vivi sebagai Pembeli Emas, 24 Februari 2023)

2. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam transaksi jual beli merupakan prinsip yang menggambarkan tindakan pedagang terhadap pembeli, sehingga tidak ada pihak yang merasa terdzalimi. Namun, pada praktiknya prinsip keadilan dalam transaksi jual beli di Pasar Aceh Banda Aceh belum sepenuhnya dapat terlaksana. Masih ada pedagang yang mengalami kecurangan, walaupun tetap ada pedagang yang adil. Berdasarkan hasil wawancara terhadap pembeli, diketahui bahwa masih ada pedagang yang melakukan kecurangan seperti mengurangi timbangan atau takaran emas.

Namun, masih ada pedagang yang adil. Pedagang tersebut menimbang sesuai takaran, seperti yang dikatakan pedagang emas sebagai berikut,

“Saya kalau nimbang ya sesuai takaran atau timbangan. Nggak berani saya kalo ngurangi timbangan, selain itu kan pembeli pasti tahu kalau saya salah menimbang menimbanginya didepan pembeli. Dari pada mengurangi timbangan, lebih baik harga saya sedikit naikkan ketika membeli emas dari pelanggan karena kalo harga itu kan sementara, jadi sama-sama enak tidak merugikan pelanggan dan saya pun tidak rugi”.
(Wawancara, Pak Ahmad sebagai Pedagang Emas, 20 Februari 2023)

“Iya, saya pasti tanya dulu kalau emas kan naik turun harganya dan mengikuti pasar dan harga dunia ya Dik. Saya kasihan Dik, biar sama-sama enak saja. Kalau pembelinya mau ya saya jual, kadang kalau tidak laku saya tempah lagi dan sepuh lagi biar tetap terjaga kadar emasnya”. (Wawancara, Pak Bima sebagai Pedagang Emas, 20 Februari 2023)

Selain dari sisi pedagang emas di Pasar Aceh, peneliti juga mewawancarai para pembeli emas dalam konteks prinsip keadilan yang diketahui oleh para pembeli. Berikut beberapa kutipan wawancara bersama para pembeli emas di Pasar Aceh :

“Prinsip keadilan ya, bagi saya khususnya di Toko saya langganan Alhamdulillah baik-baik saja dan aman, saya rasa masih sesuai ketentuan yang berlaku. Jika pun ada beberapa pedagang di Pasar Aceh ini yang tidak megindahkan prinsip keadilan tersebut, yaitu oknum atau pribadi si pedagang. Tidak mungkin juga kami terlalu ikut campur persoalan pribadi mereka”. (Wawancara, Ibu Fitri sebagai Pembeli Emas, 23 Februari 2023)

“Rasa dan perasaan adil itu bagi saya relatif saja. Kalau untuk tahu sepenuhnya prinsip keadilan belum pernah dengar. Iya apalagi etika bisnis syariah saya baru dengar”. (Wawancara, Ibu Cut sebagai Pembeli Emas, 25 Februari 2023)

Menurut pelanggan, prinsip keadilan itu relative dan kembali ke pedagang masing-masing, dan menurut pelanggan mereka merasa berbelanja emas di toko di Pasar Aceh baik-baik saja dan merasa adil.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Prinsip kehendak bebas dalam transaksi jual beli berkaitan tentang kebebasan pedagang emas di Pasar Aceh Banda Aceh dalam melakukan transaksi jual beli. Seperti kebebasan dalam menentukan lokasi berjualan, bebas menentukan strategi jual beli dan bebas dalam menentukan keuntungan dengan catatan mengikuti keadaan pasar dan harga. Namun demikian, kebebasan ini harus sesuai dengan hukum syariat yang berlaku. Dalam praktiknya, pedagang tidak bisa memilih tempat berjualan sesuai dengan keinginannya. Karena, tempat untuk berjualan telah terisi oleh pedagang yang lainnya. Selain itu, pedagang bebas dalam menentukan cara untuk menarik pembeli dan bebas dalam menentukan keuntungan.

Kebebasan yang pedagang emas miliki tidak boleh digunakan dalam memainkan harga atau mencurangi kadar kemurnian emas yang dibuat sekitar 95-97 persen, sementara keterangan yang tertulis pada surat emas, kadar emas mencapai 99 persen. Dibuktikan dengan pernyataan pedagang sebagai berikut,

“Saya tidak pernah memainkan harga emas, jika naik ya saya sampaikan naik dan jika turun juga begitu, karena barang dagangan saya termasuk barang yang saya jaga kualitasnya. Kalau lagi rezeki dan harganya melonjak, saya justru mengurangi pembelian stok. Karena takut emasnya nanti tidak terjual dalam waktu dekat dan daya beli menurun”. (Wawancara, Pak Said sebagai Pedagang Emas, 22 Februari 2023)

Hal tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan pedagang emas yang lain,

“Tidak pernah. Saya selalu membeli stok emas sesuai seperti biasanya, jika sedang naik saya sampaikan terus terang agar pelanggan tetap ingat di toko saya, kan kami disini ramai sekali yang jualan atau berdagang emas. Tapi, kalau stok lama masih dan harganya melonjak karena barangnya susah didapat saya mengikuti harga pasaran waktu itu. Dengan cara menempah sesuai keinginan pelanggan, ya nanti dikenakan biaya tambahan untuk ongkos saja paling 100 ribu atau paling mahal 500 ribu, tergantung tingkat kesulitan dari hasil yang diinginkan oleh pelanggan. Kalau memainkan harga atau mengurangi kadar persen emasnya ya saya tidak berani, saya lebih fokus berdagang seperti biasanya”. (Wawancara, Pak Ahmad sebagai Pedagang Emas, 20 Februari 2023)

Selain memainkan harga dan menurunkan takaran emas, prinsip kehendak bebas dapat digambarkan dengan pedagang emas di Pasar Aceh memberikan kebebasan pembeli dalam menawar harga dan membeli barang dagangnya. Seperti yang dikatakan pedagang sebagai berikut,

“Saya selalu melayani pembeli dengan sepenuh hati, Dik. Meskipun ada pembeli yang hanya tanya-tanya dan tidak jadi membeli. Karena itu hak pembeli, jadi saya menghormatinya”. (Wawancara, Pak Ahmad sebagai Pedagang Emas, 20 Februari 2023)

“Sering Dik, hampir semua pembeli menawar harganya. Tapi, ada juga pembeli yang menawar dan pergi karena harganya tidak sesuai dengan keinginannya, itu kami kan mengikuti harga pasar nasional untuk harga emas yang bisa naik turun dalam sekejap. Saya biarkan karena itukan haknya, kalau menawar boleh saja. Tapi menawarnya harus di batas wajar atau misalnya tanyak dulu untuk emasnya sedang naik atau turun itukan masih wajar, kalau keterlaluhan saya biarkan Dik. Karena jualan emas berbeda dengan berdagang barang lainnya”. (Wawancara, Pak Bima sebagai Pedagang Emas, 20 Februari 2023)

Selanjutnya, pelanggan memberikan tanggapannya mengenai prinsip kebebasan bagi pedagang emas di Pasar Aceh dan juga prinsip kebebasan yang dialami oleh

pelanggan itu sendiri baik berupa bebas menentukan model emas yang mana yang akan dibeli, dan bebas menentukan toko mana saja yang ingin dikunjungi bahkan bebas memilih untuk berlangganan dengan siapa saja.

“Bagi saya, berbelanja emas di Pasar Aceh ini sangat bebas. Kala berbicara prinsip kebebasan yang Adik sampaikan tadi, disini kita bebas berbelanja dimana saja , dan saya pun sudah lama berlanggan di satu toko emas di Pasar Aceh ini, artinya kami tidak pernah dipaksa harus memilih toko mana untuk membeli emas, dan tidak ada perasaan intervensi ataupun sikap diskriminasi dari si pedagang. Alhamdulillah saya merasa bebas dan nyaman berbelanja emas disini”. (Wawancara, Ibu Fira sebagai Pembeli Emas, 25 Februari 2023)

“Iya bebas dong kalau belanja, buktinya model apa saja kita bebas pilih disini, tetapi saya dulu teringat sekitar tahun 2015 ada semacam calo atau preman pasar gitu, yang arahin kita ini untuk berbelanja di toko emas tertentu yang dia arahkan. Sekarang sudah tidak ada dan diberantas oleh satpol PP. Alhamdulillah baik dan aman berbelanja di Pasar Aceh ini”. (Wawancara, Ibu Fitri sebagai Pembeli Emas, 23 Februari 2023)

4. Prinsip Kebenaran

Prinsip ini mengajarkan untuk melakukan perbuatan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa

harus ada aturan yang mewajibkan atau memerintahkannya untuk melakukan perbuatan itu, atau dalam istilah lainnya adalah beribadah maupun berbuat baik karena merasa Allah senantiasa melihat apa yang kita kerjakan (Athar, 2015).

Dalam praktiknya, prinsip kebenaran ini masih dilanggar oleh beberapa pedagang emas. Seperti mencampur emas dengan bahan lainnya atau menurunkan takaran kemurnian emas, bahkan memainkan harga dipasaran dan menawarkan emas dengan kualitas buruk.

“Pernah, saya membeli emas di Pasar Aceh. Sebanyak 3 mayam atau 10 gram dan pada saat saya menjual emas tersebut pada toko lain, ternyata setelah ditimbang berat emas hanya sekitar 9,6 gram. Saya tidak tahu jika disengaja atau tidak ya, tetapi ya sempat kecewa juga kenapa pedagang emasnya kurang teliti”. (Wawancara, Ibu Fitri sebagai Pembeli Emas, 23 Februari 2023)

“Saya pernah beli emas di Pasar Aceh ini, kan ada itu kejadian yang sempat viral ada beberapa toko yang menurunkan kadar emasnya ketika diperiksa polisi dan saya sempat berlangganan di salah satu toko emas situ. Sebagai pelanggan ya pasti saya kecewa dan saya berharap kan di Pasar Aceh ini bisa menjadi ikon Banda Aceh dimana kami masyarakat sebagai pelanggan ini dilayani dengan jujur dan sepenuh hati”. (Wawancara, Ibu Vivi sebagai Pembeli Emas, 24 Februari 2023)

Namun, masih terdapat pedagang yang memiliki sikap yang jujur dan baik. Hal ini diperkuat dengan pernyataan pembeli sebagai berikut,

“Saya sering belanja emas disini, karena penjual baik dan ramah. Terkadang saya diberikan beberapa emas yang model terbaru yang ditawarkan dengan penuh keramahan. Selama ini saya tidak pernah memperoleh emas yang kualitasnya buruk, penjual emasnya selalu memberi tahu keadaan barangnya apabila kualitasnya buruk dan mereka akan memperbaiki dan selalu bertanya kalau saya mau”. (Wawancara, Ibu Cut sebagai Pembeli Emas, 25 Februari 2023)

“Bagi saya ya enak berbelanja emas di sini, karena juga sudah sekeluarga dan anak-anak saya pun beli emasnya disini. Tidak pernah ke tempat lain. Sudah langganan, dan ketika mau jual jika butuh uang pun dimudahkan. Jadi, tidak ada masalah selama ini saya beli mas di sini”. (Wawancara, Ibu Fira sebagai Pembeli Emas, 25 Februari 2023)

“Saya sering diberi diskon Dik, karena saya memang sering membeli emas di toko beliau. Bahkan kami save WAnya untuk bisa mengetahui perkembangan harga emas di Banda Aceh ini”. (Wawancara, Ibu Fira sebagai Pembeli Emas, 25 Februari 2023)

5. Prinsip Tanggung Jawab

Dalam dunia bisnis pertanggung jawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan (Zaroni, 2007). Tanggung jawab kepada Allah SWT, akan dilakukan nanti pada hari akhir, sedangkan pertanggung jawaban pada konsumen akan terjadi saat konsumen melakukan keluhan. Pada dasarnya, apabila dalam kegiatan jual beli ini terjadi kesalahan yang disebabkan dari pihak pedagang emasnya, maka seharusnya pedagang emas di Pasar Aceh Banda Aceh dapat bertanggung jawab atas hal tersebut. Tapi, dalam kenyataannya hal tersebut belum dapat terlaksana dengan maksimal.

Dalam praktiknya, pedagang emas di Pasar Aceh Kota Banda Aceh mampu mempertanggung jawabkan barang dagangan yang diperjual belikan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa pembeli yang membeli emas meminta pertanggung jawaban penjual. Namun, penjual tidak mau mengganti dan beralasan hal tersebut berasal dari agen yang menjual emas batangnya.

Prinsip tanggung jawab ini juga dapat dijelaskan dengan cara pedagang mengelola barang dagangannya, seperti yang dilakukan pedagang emas lainnya yang berusaha menyediakan emas sesuai takarannya. Sesuai dengan pernyataannya sebagai berikut,

“Saya selalu berusaha menjual emas sesuai takaran kemurniannya, kalau tidak begitu, ini dapat menjadikan reputasi toko saya hancur dikemudian hari. Karena bagi saya merasa itu tanggungjawab saya untuk selalu memberikan yang terbaik kepada pelanggan saya”. (Wawancara, Pak Ahmad sebagai Pedagang Emas, 20 Februari 2023)

Sama halnya dengan yang dilakukan pedagang emas lainnya,

“Saya kalau ada emas yang sudah agak usang atau tidak cerah lagi langsung saya sepuh balik, karena itu tanggungjawab saya. Dan kalau sudah lama belum laku juga kan bisa di tempah ke model terbaru dengan mengikuti trend sekarang”. (Wawancara, Pak Bima sebagai Pedagang Emas, 20 Februari 2023)

4.2.2 Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Toko Emas Pasar Aceh

Dalam transaksi jual beli, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip etika bisnis syariah. Sepanjang hal tersebut dapat

dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip bisnis syariah tidak terjadi dalam suatu transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan. Hal ini sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menimbulkan kesetiaan atau sikap loyal pelanggan terhadap suatu barang yang dijual yang disebut juga dengan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara bersama pedagang toko emas di Pasar Aceh dan beberapa pelanggan mengenai etika bisnis syariah yang timbul dari transaksi jual beli terhadap loyalitas pelanggan di toko emas Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh.

Informan Pak Ahmad selaku pedagang emas di Pasar Aceh yang diwawancarai pada tanggal 20 Februari 2023 menjelaskan:

“Saya merasa strategi sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dari segi pelayanan, kami selalu bersikap ramah terhadap pelanggan, dan selalu jujur agar pelanggan merasa nyaman dan puas terhadap kami, sehingga pelanggan pun menjadi setia bahkan merekomendasikan produk-produk emas kami kepada orang lain”. (Wawancara, Pak Ahmad sebagai Pedagang Emas, 20 Februari 2023)

Informan Pak Bima sebagai salah satu pedagang emas di Pasar Aceh yang diwawancarai pada tanggal 20 Februari 2023 menambahkan penjelasan sebagai berikut:

“Ya strategi yang kami lakukan memang sangat besar pengaruhnya terhadap loyalitas, toko kami selalu

berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, menjaga integritas dan kejujuran baik saya selaku pemilik usaha dan karyawan saya, selalu saya arahkan agar tetap menjaga sikap dengan pelanggan. Agar pelanggan setia dan tidak bosan-bosannya untuk terus bertransaksi di toko emas kami". (Wawancara, Pak Bima sebagai Pedagang Emas, 20 Februari 2023)

Selanjutnya, Informan Pak Said sebagai salah satu pedagang emas di Pasar Aceh yang diwawancarai pada tanggal 22 Februari 2023 menambahkan penjelasan sebagai berikut:

"Strategi itu penting bagi saya, dan juga bagi kami pedagang. Pastinya setiap pemilik usaha memiliki strategi masing-masing dalam memasarkan barang dagangannya. Bagi saya, bertanggungjawab dan menjaga sikap jujur adalah strategi yang paling baik. Menyampaikan informasi apa adanya tentang barang atau emas yang kami jual kepada pelanggan itu juga bagian menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Agar pelanggan tetap loyal dan setia di tempat kami". (Wawancara, Pak Said sebagai Pedagang Emas, 22 Februari 2023)

Kemudian, untuk memperkuat pernyataan tentang strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di toko emas Pasar Aceh, pada Maret 2023 peneliti kembali melakukan penelitian di Pasar Aceh untuk mendapatkan informasi terbaru di beberapa pedagang

emas lainnya yang ada di Pasar Aceh. Peneliti mendapatkan izin dan kesempatan mewawancarai informan lainnya. Diantaranya yaitu :

Informan Pak Usman sebagai salah satu pedagang emas di Pasar Aceh yang diwawancarai pada tanggal 2 Maret 2023 memberikan pernyataan :

“Saya sering mengikuti pengajian ya Dik, jadi sedikit banyaknya Alhamdulillah tahulah mengenai bersikap jujur dan bertanggungjawab terhadap pelanggan. Jika berbicara strategi, yang sudah kami jalankan selama ini yaitu memberikan pelayanan dengan bersikap ramah dan tidak emosi. Setelah itu, kami di toko juga ada menyediakan permen dan aqua gelas untuk pelanggan, jika ada ibu-ibu yang sudah lama berdiri sambil melihat barang kan bisa minum dulu dan mencicipi permen. Ya itu juga bagian dari strategi sih menurut saya, karena yang namanya pelayanan itu kan tidak harus sikap ramah dan jujur saja, tetapi membuat pelanggan nyaman bertransaksi di tempat kami juga bagian dari strategi menurut saya”. (Wawancara, Pak Usman sebagai Pedagang Emas, 2 Maret 2023)

Hal senada juga diungkapkan oleh pedagang emas Bapak Samsul, yang sama-sama berprofesi sebagai pedagang emas yang sudah cukup lama di Pasar Aceh :

“Berhubungan dengan strategi, kami tidak ada strategi khusus di toko, tetapi yang sudah lama kami jalani hanya menjaga tutur kata dan bersikap baik terhadap

pelanggan, dan di toko kami kan saat ini yang menjadi pelanggan ya banyak gadis-gadis muda, artian kebanyakan anak mudanya lah. Jadi, ada lah sisi humoris dalam selingan berbicara perihal penawaran. Karena aneka emas yang kami jual selain emas murni karat 99A, ada juga emas paon karat 22. Emas paon ini banyak modelnya di kami, jadi di toko kami selain humoris dan sikap, juga mengikuti trend disini yang kami siapkan sebagai strategi. Kami mengikuti model-model terbaru untuk anak muda makanya emas paon disini banyak modelnya”. (Wawancara, Pak Samsul sebagai Pedagang Emas, 3 Maret 2023)

Selanjutnya, pedagang Pak Hasan yang peneliti wawancarai mengenai strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, mengungkapkan hal yang hampir sama:

“Strategi kami tidak ada yang khusus Dik, saya berjualan emas ini sudah turun temurun, jadi menjaga kualitas saja sudah cukup. Paling ya bersikap ramah, bertanggungjawab, jujur, dan tidak melakukan tipu-tipu kepada pelanggan. Itu sudah merupakan strategi juga yang digunakan oleh orang tua saya dulu. Karena jualan emas ini kan tidak sama dengan jualan barang lainnya. Yang kami targetkan sebagai pelanggan hanya perempuan, dan emas ini pakaian perempuan. Apalagi strategi orang-orang dulu dengan bersikap baik dan ramah saja sudah cukup”.

(Wawancara, Pak Hasan sebagai Pedagang Emas, 3 Maret 2023)

Disisi lain, untuk memperkuat pernyataan dari keenam pedagang emas lainnya, peneliti mewawancarai beberapa pedagang emas lain di Pasar Aceh. Selanjutnya, pedagang emas Bapak Khalid memberikan respon terhadap strategi yang digunakan selama berdagang emas di Pasar Aceh :

“Soal strategi, kami ada grup wa tersendiri bagi pelanggan di toko kami Dik. Itu juga strategi kan. Jadi grup wa ini saya khusus kan bagi pelanggan lama dan pelanggan baru ya kami masukkan ke grup, jadi setiap informasi kenaikan atau turun harga emas bisa kami berikan informasi di grup. Jadi pelanggan tidak kewalahan harus kemari hanya untuk bertanya harga emas. Begitu juga jika ingin menjual emas, bisa chat wa saja. Jadi memudahkan, dan saya rasa ini juga bagian dari strategi. Selebihnya, saya rasa untuk strategi ya jujur dan lain sebagainya. Pasti juga sudah disampaikan sama pedagang lainnya soal strategi ini kan”. (Wawancara, Pak Khalid sebagai Pedagang Emas, 6 Maret 2023)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pelanggan di Pasar Aceh yang sering membeli emas, demikian penjelasan yang diberikan oleh pelanggan mengenai pengaruh strategi etika bisnis syariah dalam transaksi jual beli terhadap loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

“Pelayanan yang bagus bikin kami senang dan selalu percaya sama pedagang emas yang ada di Pasar Aceh. Kalau emas yang dijual sesuai karat tingkat kemurniannya, tetap menjaga harga sesuai pasar itu membuat kami pasti akan kembali lagi, tapi jika pelayanan buruk siapapun juga pasti kecewa, tapi di Pasar Aceh ini masih banyak pedagang emas yang baik Alhamdulillah dan juga pelayanannya sangat baik”. (Wawancara, Ibu Fitri sebagai Pembeli Emas, 23 Februari 2023)

“Ya jelas dong pelayanan juga penting, kalo pelayanan bagus kan hati jadi senang terus tentram lah, kalau pelayanannya jelek saya tidak akan langganan meskipun emasnya dan kadarnya baik.” (Wawancara, Ibu Vivi sebagai Pembeli Emas, 24 Februari 2023)

“Iya pelayanan sangat penting, selama jadi pelanggan di toko emas yang jadi langganan kami, Alhamdulillah pelayanan selalu baik dan itu yang bikin saya setia dan suami selalu mengarahkan untuk jual beli emas disini saja di tempat kami langganan”. (Wawancara, Ibu Cut sebagai Pembeli Emas, 25 Februari 2023)

Berdasarkan tanggapan-tanggapan yang diungkapkan beberapa informan di atas menunjukkan bahwa pelayanan yang baik akan mempengaruhi etika bisnis syariah dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, dengan kata lain strategi pemasaran atau marketing sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

4.2.3 Strategi Yang Dipakai Dapat Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Toko Emas Pasar Aceh

Bentuk strategi yang dipakai dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di toko emas Pasar Aceh berdasarkan dari beberapa toko yang peneliti wawancarai, yaitu menawarkan produk emas dengan bersikap ramah, humoris, bertutur kata yang lemah lembut, bersikap sopan, jujur, bertanggungjawab, dan lainnya. Adapun waktu yang dibutuhkan dalam proses penawaran produk emas biasanya membutuhkan waktu kurang lebih sekitar 10 menit hingga paling lama standarnya 30 menit, bahkan jika ada model yang diinginkan oleh pelanggan sesuai keinginannya proses penawaran bisa 45 menit. Peneliti juga melihat untuk tarif yang dipatok dipisahkan antara harga produk dengan ongkos pembuatan. Selain emas berupa gelang, cincin, kalung, serta anting, pertokoan emas di Pasar Aceh ini juga menyajikan produk yang sedang trend atau yang sesuai dengan kondisi saat ini, seperti emas paon yang bisa disesuaikan dengan keinginan pelanggan.

Untuk menarik minat pelanggan untuk tetap berbelanja di tokonya, rata-rata pedagang akan memberikan bonus berupa harga yang miring, pelayanan berupa menyediakan permen dan minuman, ada juga berupa bonus bros, gelang, atau cincin kepada pelanggan yang berbelanja mulai dari diatas dua puluh juta sampai lima puluh juta rupiah tergantung dari kebijakan masing-masing toko.

Rata-rata sebuah toko memiliki pelayan sekurang-kurangnya dua orang karyawan yang terjun langsung melayani pembeli dengan

memperhatikan kesopanan, keramah-tamahan, serta sikap yang cepat dan mahir dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Rata-rata karyawan yang bekerja di toko emas Pasar Aceh ini berlangsung selama bertahun-tahun. Untuk mendukung kesejahteraan tenaga kerjanya, strategi para pedagang toko yaitu rata-rata gaji yang diberikan berupa gaji pokok, uang makan, bonus jika lembur, dan hari libur satu kali dalam seminggu. Adapun fasilitas fisik yang menjadi faktor pendukung pelayanan, yaitu tersedianya kursi, cermin, kipas angin, televisi, dll.

Adapun pelayanan umum yang menjadi penunjang kenyamanan pelanggan berbelanja berupa fasilitas umum berupa tersedianya outlet ATM. Selain itu, tersedianya tempat ibadah berupa sebuah mushola yang bisa digunakan oleh karyawan maupun pelanggan yang berkunjung dari luar kota. Selain itu terdapat Masjid Raya Baiturrahman sebagai ikon Kota Banda Aceh bahkan ikon Provinsi Aceh yang dekat dengan Pasar Aceh, juga memiliki area parkir yang cukup luas untuk kendaraan roda dua maupun empat. Sehingga bagi pelanggan luar daerah yang biasanya menggunakan bus ketika berkunjung ke wilayah ini dapat diparkirkan sebagaimana mestinya sehingga tidak mengganggu aktivitas pengguna jalan lainnya.

Menurut (Kasmir, 2017), Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan. Pelanggan artinya tidak hanya kepada pelanggan atau konsumen yang membeli

produk perusahaan, akan tetapi juga pelanggan di dalam perusahaan (karyawan dan pimpinan), yaitu melayani sesama karyawan atau pimpinan yang saling memberikan pelayanan.

Berdasarkan teori strategi loyalitas dan pelayanan yang dikemukakan oleh Kasmir, tindakan yang dilakukan oleh pedagang emas di Pasar Aceh seperti menyediakan produk terbaru dan bisa disesuaikan sesuai dengan keinginan pelanggan, memberikan bonus dan potongan harga tertentu, memperkerjakan karyawan agar pelayanan kepada pelanggan yang diberikan dapat maksimal. Bersikap baik dan jujur sesuai etika bisnis syariah, tersedianya fasilitas penunjang berupa kursi, cermin, kipas angin, dll. menunjukkan bahwa pedagang ingin memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Kenyamanan yang ada tentu akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan yang berkunjung.

Selain itu, untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, pemilik toko juga harus memberikan pelayanan kepada sesama karyawan seperti pemberian gaji pokok, bonus, hari libur, serta kebutuhan lain dalam menunjang proses pelayanan agar optimal. Hal ini bisa diartikan bahwa bentuk pelayanan sesama karyawan, yaitu memberikan sesuatu yang dapat menunjang kesejahteraan karyawan. Sehingga dapat dikatakan bahwa teori loyalitas dan pelayanan yang dikemukakan oleh Kasmir sesuai atau berkaitan dengan keadaan di lapangan.

Dengan memberikan pelayanan berupa dibebaskan memesan emas sesuai dengan model yang diinginkan oleh pelanggan, apalagi

pelanggan emas sekarang tidak hanya ibu-ibu, juga dari kalangan gadis-gadis dan anak muda pun sudah menggunakan emas dengan beragam model, hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Supranto, yaitu: Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan, yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa. (Apriyani & Sunarti, 2017)

Berdasarkan teori yang diungkapkan oleh Supranto, loyalitas pelanggan berkaitan erat dengan pelayanan. Pelayanan merupakan perbandingan antara harapan yang diberikan oleh pedagang emas dengan persepsi pelanggan tentang kinerja pemberi jasa. Pelayanan dianggap berhasil apabila harapan dan persepsi seimbang. Namun terkadang yang menjadi kendala bagi pedagang emas jika model yang diinginkan oleh pelanggan itu berupa buatan mesin sedangkan produk yang ditawarkan oleh pedagang emas berupa produk buatan tangan (*handmade*), sehingga kemiripan produk dengan gambar yang diinginkan itu memiliki kemiripan sekitar 75% sehingga menimbulkan kekecewaan bagi pelanggan. Sehingga bisa diartikan bahwa teori pelayanan yang dikemukakan oleh Supranto dengan kenyataan yang peneliti temukan dilapangan berkaitan.

Selain beberapa teori yang telah diuraikan diatas, penelitian ini menemukan kategori dan pola yang akhirnya memunculkan

konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian berdasarkan temuan peneliti dilapangan:

a. Kualitas Pelayanan

Konsep pertama yang ditemukan adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan toko emas Pasar Aceh. Karena pelanggan merupakan aset toko, maka dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka akan mengakibatkan pelanggan loyal terhadap toko emas di Pasar Aceh. Dengan terpenuhinya harapan pelanggan maka kepuasan emosional yang akan terjadi (*positif disconfirmation*).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan diatas adalah pemilik dan karyawan toko emas di Pasar Aceh mengutamakan pelayanan yang baik, ramah, melayani pelanggan dengan sabar walaupun ada pelanggan yang sedikit ribet harus tetap dilayani dengan sepenuh hati, selanjutnya para pedagang juga memberikan solusi atau rekomendasi dalam memilih barang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan tidak lupa di toko emas di Pasar Aceh ini sudah memakai berbagai metode pembayaran sehingga memudahkan pelanggan.

b. Kelengkapan barang

Kelengkapan barang yang ada di toko emas Pasar Aceh merupakan suatu bentuk strategi yang diterapkan, karena dengan ketersediaan barang yang lengkap, maka

calon pembeli dihadapkan dengan banyak pilihan sesuai kebutuhan, sehingga yang dirasakan oleh pelanggan adalah rasa puas (*positif disconfirmasi*).

Di toko emas Pasar Aceh mempunyai produk yang berkualitas dan lengkap dan sesuai keinginan yang bisa di tempah, apalagi di toko emas di Pasar Aceh semua barang tertata dengan rapi sehingga membuat pelanggan nyaman jika sedang mencari barang atau produk yang diinginkan.

c. Harga yang kompetitif

Faktor yang paling mendominasi untuk mempertahankan pelanggan loyal adalah harga yang cenderung lebih murah dibandingkan tempat lain, walaupun dengan toko lain tidak jauh selisih akan tetapi mendapatkan pelayanan yang baik yang belum tentu juga didapatkan ditempat lain, itu sangat berpengaruh untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Apalagi jika harga yang dikeluarkan juga sebanding dengan produk yang diperoleh seperti teori ekuitas yang mempunyai prinsip utama yaitu (*exchange*) atau pertukaran, maka pelanggan akan merasa sangat puas dan memberikan respon yang positif (*positif disconfirmasi*).

Dalam sebuah toko emas di Pasar Aceh ini juga terdapat informasi dari hasil observasi langsung informan mengatakan di toko emas Pasar Aceh harga produk terjangkau dari pada toko lain karena di toko ini lebih

mementingkan kuantitas barang yang terjual dari pada harus menaikan harga tetapi barang yang terjual sedikit.

d. Hubungan pelanggan yang baik

Hubungan yang baik kepada pelanggan juga merupakan faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Hubungan pelanggan yang baik atau *customer relationship manajemen* (CRM) merupakan salah satu akses dimana seorang pelanggan dapat menyampaikan keinginannya dengan baik sehingga keinginan tersebut tersampaikan kepada pemilik. Dengan hubungan yang terjalin baik dengan pelanggan maka itu merupakan bentuk usaha yang dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan ataupun membuat konsumen baru menjadi loyal. Adanya hubungan baik antara pemilik dengan pelanggan akan menjadikan keuntungan jangka panjang bagi pemilik.

Berdasarkan wawancara diatas dengan para informan, di toko emas Pasar Aceh selalu ramah terhadap pelanggan walaupun cuma sekedar basa-basi menanyakan harga, memberikan senyuman atau sapaan. dengan hubungan yang baik ini para pembeli pun akan dengan suka rela melakukan transaksi kembali karena merasa memiliki kedekatan.

e. Kelebihan strategi pemasaran

Wirausaha atau bisnis adalah kemampuan seseorang untuk melihat peluang pasar dan mampu memanfaatkannya

dengan menghasilkan suatu barang ataupun jasa. Kemampuan yang didapatkan seseorang tersebut tentulah disebabkan oleh beberapa kelebihan/faktor-faktor pendukung seseorang untuk melakukan wirausaha.

Seperti halnya toko emas di Pasar Aceh yang memiliki produk dengan kualitas lengkap hal tersebut karena pemilik toko menyimpulkan bahwa respon konsumen yang puas karena barangnya lengkap, Selain kelengkapan barang toko ini juga selalu mengupdate tipe atau model barang keluaran terbaru. Kelebihan lain yang dimiliki toko emas di Pasar Aceh untuk harganya terjangkau setiap pembelian produk apa saja yang dipesan atau dtempah.

Tempat yang digunakan toko ini untuk usahanya yaitu sangat strategis karena banyak pelanggan mudah mengaksesnya karena berada di pusat Kota Banda Aceh dan memiliki lokasi yang sangat dekat dengan ikon Banda Aceh yaitu Masjid Raya Baiturrahman.

f. Kekurangan strategi pemasaran

Segala sesuatu di dunia berjalan seimbang (saling melengkapi) ada pria, pasti ada perempuan, ada siang pasti ada malam, begitupun dalam hal berwirausaha ada kelebihan dan ada kekurangan, yang menjadi kekurangan berwirausaha dalam (Agus Gunawan, 2009) yaitu: kekurangan atau faktor penghambat dalam toko emas di Pasar Aceh berdasarkan observasi lapangan yang telah dilakukan adalah dari segi

promosi yang kebanyakan hanya sering dilakukan secara offline dan mengandalkan *word of mouth* ataupun dari mulut ke mulut, terkesan masih berulang-ulang, walaupun ada beberapa toko emas di Pasar Aceh sudah memulai mempromosikan dagangannya melalui media sosial.

4.2.4 Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Dapat Meningkatkan Pendapatan

Dalam dunia pasar selalu adanya aktivitas perdagangan yang harus diperhatikan, yaitu tentang etika dalam berdagang khususnya bagaimana dalam perdagangan Islam. Pemahaman para pedagang mengenai kejujuran dalam menjalankan usahanya harus diterapkan, karena kejujuran merupakan kunci utama. Namun pada kenyataannya masih adanya para pedagang yang hanya sekedar mencari keuntungan saja dan tidak memperhatikan bagaimana etika dalam berdagang.

Pasar Aceh merupakan pasar yang menjual berbagai macam kebutuhan bagi masyarakat, juga termasuk kebutuhan perhiasan seperti emas. Selain sebagai tempat untuk mendapatkan barang yang diinginkan, juga pasar tersebut menjadi andalan bagi masyarakat dalam berbelanja. Praktik etika bisnis yang dijalankan dalam transaksi jual beli belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat. Seperti yang dirasakan oleh para pembeli, sebagian di antaranya masih menemukan barang yang tidak sesuai dengan keinginan mereka yang salah satunya adalah hasil dari wawancara para pelanggan yang menemukan emas tidak sesuai surat pembelian.

Selain itu, masih didapati pedagang atau karyawannya kurangnya keramahan dalam melayani pelanggan sehingga menjadi salah satu faktor para pedagang yang menjadi sorotan masyarakat. Pertimbangan lainnya adalah masih tingginya harga barang yang menjadi kekhawatiran masyarakat sekitar, dikarenakan ekonomi masyarakat yang terkadang tidak stabil. Oleh karena itu dalam melakukan transaksi penjualan, Islam mengharuskan berbuat adil untuk memperoleh keberkahan dari Allah SWT.

Berdasarkan dari penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara bahwa dalam melakukan aktivitas dunia perdagangan maupun bisnis, kita sebagai manusia dianjurkan untuk selalu berlaku jujur dalam menjalankan kegiatan serta menjauhi segala penyimpangan-penyimpangan yang terjadi. Apabila seorang pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, maka seseorang tersebut menempatkan dirinya dalam melakukan praktik kejujuran dan berpegang teguh yang sesuai dengan etika Islam.

Dalam memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan, para pedagang emas di Pasar Aceh melakukan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun dalam menjalankan kegiatan bisnis, para pedagang emas mengetahui bagaimana bisnis yang sesuai dengan Islam tetapi sebagian para pedagang emas ada yang menjalankan praktik etika bisnis dan ada yang tidak. Pemahaman etika bisnis Islam yang dimiliki oleh para pedagang emas belum sepenuhnya diterapkan, sehingga masih banyaknya celah bagi para pedagang emas dalam melakukan

kecurangan untuk memperoleh keuntungan yang diinginkan. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan bahwa para pedagang emas tetap memperjual belikan dagangannya meskipun dalam kondisi barang yang kurang baik dan mengabaikan pentingnya nilai-nilai Islam. Kurangnya tingkat pengetahuan bagi para pedagang emas yang disebabkan salah satu faktor pendidikan sehingga menyebabkan minimnya kesadaran dan keyakinan dalam menjalankan bisnis yang telah dianjurkan dalam berdagang.

Oleh karena itu dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan bahwa, penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi dapat meningkatkan pendapatan dan total pendapatan penjualan bisnis yang telah dipraktikkan oleh para pedagang emas sesuai etika bisnis syariah, meskipun masih ada pedagang emas yang tidak memperhatikan etika bisnis syariah dengan baik. Pendapatan yang peneliti maksud tidak hanya berupa materil, tetapi dapat menariknya pelanggan lainnya untuk dapat berbelanja emas di toko emas Pasar Aceh, dan juga dapat menjadi nilai tambah tersendiri bagi para pedagang emas. Disisi lain, pengetahuan yang dimiliki oleh para pedagang emas dalam menjalankan praktik etika bisnis syariah di Pasar Aceh masih kurang memperdulikan atau memperhatikan nilai-nilai etika yang sesuai dengan bisnis Islam dan kurangnya tingkat kepedulian kepentingan pihak lain terutama bagi para konsumen itu sendiri.

Selain itu, peneliti juga menilai bahwa adanya faktor pendukung dalam penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli emas pada penjualan emas di Pasar Aceh yaitu:

- a. Kesadaran diri masing-masing yang menyadari bahwa dalam berbisnis memerlukan etika.
- b. Meningkatkan kepercayaan pembeli sehingga menjadi pelanggan tetap.

Dari uraian hasil penelitian tersebut dapat terlihat bahwa penerapan etika bisnis syariah sangatlah penting dilakukan oleh setiap penjual atau pedagang khususnya pedagang di toko emas Pasar Aceh. Dalam hal ini masih beberapa prinsip etika bisnis Islam yang masih kurang diterapkan oleh pedagang emas. Saat ini proses transaksi jual beli banyak dilakukan secara langsung melalui mulut ke mulut dan hampir sebagian besar penjual tentunya mengutamakan ingin mendapatkan keuntungan dengan sebanyak-banyaknya dengan berbagai macam cara dan meninggalkan etika bisnis yang seharusnya diterapkan secara syariah. Khususnya pada pedagang emas di Pasar Aceh yang masih saja ada yang melakukan kecurangan. Seperti barang dagangan dengan kualitas yang baik dicampurkan dengan barang dagangan yang cacat.

Dalam melakukan jual beli sebaiknya para penjual memperhatikan etika ataupun aturan yang seharusnya di terapkan, agar pembeli tidak merasa dirugikan dengan barang yang telah dibelinya. Aturan tersebut dijadikan sebagai pegangan agar tidak melakukan manipulasi, mengintimidasi kepada pembeli dan tidak

melakukan hal-hal yang tidak bermoral. Karenanya dalam berdagang ataupun berbisnis wajib bagi setiap manusia untuk memahami bagaimana bertransaksi dengan baik agar tidak terjerumus pada kesesatan dan keharaman. Maka dari itu setiap berdagang ataupun berbisnis harus menerapkan etika bisnis Islam. Etika Islam meliputi seluruh kehidupan manusia, dan manusia harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai seorang pedagang yaitu: Kesatuan (Tauhid), Keadilan, Kehendak Bebas, Tanggung Jawab dan Kebajikan/Kejujuran. Ke lima prinsip tersebut merupakan prinsip yang sangat penting yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis.

Selanjutnya berkaitan dengan hasil penerapan etika bisnis syariah dalam jual beli untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada penjualan emas di toko emas Pasar Aceh perlu kita ketahui bahwa Islam mengakui peranan perdagangan atau bisnis untuk mendapatkan keuntungan dan kebesaran, namun Islam membatasi cara untuk mendapatkan keuntungan dan kebesaran tersebut dengan tidak melakukan kedzaliman, penyimpangan-penyimpangan terhadap mitra bisnis dalam berbisnis. Berbisnis yang harus dilakukan dengan suka sama suka dengan mitra bisnis dengan adanya saling ridho melainkan dalam proses jual beli transaksi yang dilakukan harus suka sama suka atau saling ridha diantara keduanya yaitu penjual dan pembeli. Salah satu kondisi yang harus dihilangkan dalam sikap saling ridha adalah terbebasnya transaksi jual beli dari proses penipuan. Perlunya seorang penjual menerapkan

etika bisnis Islam untuk terhindarnya dari tindakan curang. Kejujuran dalam berbisnis merupakan hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh setiap penjual, sebagaimana yang telah terlihat dalam penerapan etika bisnis Islam pedagang emas di Pasar Aceh menerapkan prinsip kesatuan dimana tidak melaukuan kecurangan, memberikan informasi dengan sebenar-benarnya, dari sini kita bisa melihat bahwa penerapan etika bisnis Islam sangat berdampak pada kepercayaan yang diberikan oleh pembeli kepada penjual, sehingga bisa meningkatkan pendapatan. Maka dari itu para penjual khususnya penjual emas harus menerapkan etika bisnis Islam dengan sebaik-baiknya sesuai dengan syariat Islam yang benar.

Dalam setiap aspek kehidupan selalu ada faktor pendukung dan penghambat yang merubah bahkan sampai menjerumuskan kita kedalam sebuah tatanan kehidupan yang bertolak belakang dengan nilai-nilai Islam, maka dari itu semua hal yang akan terjadi harus kita hadapi dengan semua kemampuan kita selaku orang muslim yang bergelut dalam perekonomian Islam, begitu juga dengan penerapan etika bisnis Islam dalam penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi pada pedagang emas di Pasar Aceh. Tingkat kecenderungan para penjual emas di Pasar Aceh melakukan kejujuran atau memberikan informasi yang sebenar-benarnya karena tidak ingin mengecewakan pembelinya dan tidak ingin dipandang buruk oleh pembelinya.

Adapun tindakan yang merupakan kecurangan yaitu barang dagangan dengan kualitas yang baik dicampurkan dengan barang dagangan yang cacat, itu sudah jelas akan menyebabkan kerugian dan kekecewaan kepada pembeli, karena pada barang dagangan dengan kualitas yang baik tidak diberitaukan bahwa barang dagangan tersebut dengan kualitas yang baik. Selama ini setelah dilakukan penelitian ternyata bukan hanya persoalan dunia saja yang penjual cari namun persoalan akhirat penjual menganggap bahwa kejujuran merupakan hal yang paling utama, kesatuan dalam melaksanakan kegiatan ekonominya merasa diawasi oleh Tuhan sehingga tidak melakukan kecurangan, keseimbangan pedagang emas berbuat adil terhadap pembelinya sehingga tidak membuat pembelinya rugi, kehendak bebas setiap pembeli mempunyai hak masing-masing untuk memilih, tanggung jawab setiap penjual mempunyai tanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya, dan kebenaran atau kebajikan, kejujuran, tidak memberikan informasi dengan mengada-ngada. Namun masih ada beberapa prinsip etika bisnis Islam yang belum diterapkan secara keseluruhan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai analisis penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi jual beli untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di toko emas pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh adalah sebagai berikut:

1. Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Di Toko Emas Pasar Aceh diantaranya Prinsip Kesatuan, Prinsip Keadilan, Prinsip Kehendak Bebas, Prinsip Kebenaran dan Prinsip Tanggung Jawab.
2. Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Toko Emas Pasar Aceh yang dilakukan oleh para pedagang toko emas berupa pelayanan yang maksimal kepada pelanggan, sikap jujur, memberikan rasa nyaman, bertanggung jawab, memberikan kebebasan kepada para pelanggan memilih model produk emas yang disukainya, dan Menyampaikan informasi apa adanya tentang barang atau emas yang kami jual kepada pelanggan itu juga bagian menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
3. Strategi Yang Dipakai Dapat Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Toko Emas Pasar Aceh diantaranya yaitu menawarkan produk emas dengan bersikap ramah,

humoris, bertutur kata yang lemah lembut, bersikap sopan, jujur, bertanggungjawab, dan lainnya. Adapun waktu yang dibutuhkan dalam proses penawaran produk emas biasanya membutuhkan waktu kurang lebih sekitar 10 menit hingga paling lama standarnya 30 menit, bahkan jika ada model yang diinginkan oleh pelanggan sesuai keinginannya proses penawaran bisa 45 menit.

4. Penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi dapat meningkatkan pendapatan dan total pendapatan penjualan bisnis yang telah dipraktikkan oleh para pedagang emas sesuai etika bisnis syariah, meskipun masih ada pedagang emas yang tidak memperhatikan etika bisnis syariah dengan baik. Pendapatan yang peneliti maksud tidak hanya berupa materil, tetapi dapat menariknya pelanggan lainnya untuk dapat berbelanja emas di toko emas Pasar Aceh, dan juga dapat menjadi nilai tambah tersendiri bagi para pedagang emas. Disisi lain, pengetahuan yang dimiliki oleh para pedagang emas dalam menjalankan praktik etika bisnis syariah di Pasar Aceh masih kurang memperdulikan atau memperhatikan nilai-nilai etika yang sesuai dengan bisnis Islam dan kurangnya tingkat kepedulian kepentingan pihak lain terutama bagi para konsumen itu sendiri.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya terutama yang berkaitan dengan ekonomi syariah dan etika bisnis syariah di bidang perdagangan atau transaksi jual beli. Selain itu, diharapkan bagi peneliti selanjutnya mampu belajar dari kekurangan penelitian ini.
2. Untuk pedagang emas di Pasar Aceh Kota Banda Aceh, seharusnya mampu menerapkan prinsip etika bisnis syariah dalam transaksi jual beli emas. Mengingat mayoritas pedagang dan pembeli beragama Islam. Hal tersebut mampu terealisasikan apabila pedagang dan pembeli menambah pengetahuannya akan etika bisnis syariah dalam melakukan transaksi jual beli emas. Kemudian para pedagang diharapkan tidak melakukan kecurangan yang merugikan pembeli. Apabila pedagang mengerjakan jual beli berdasarkan etika bisnis sesuai syariat Islam, maka tidak akan ada pihak yang akan terzalimi. Karena sejatinya, Allah SWT memerintahkan manusia untuk memperoleh harta dengan cara yang baik dan melarang menggunakan cara yang bathil.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahan

Afrizal, R. (2018). Etika Bisnis Islam Perspektif. *Skripsi*.

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. In *Google Buku CV Jejak* (p. 268).

Apriyani, D. A., & Sunarti. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 1–7.

Arini, A. A. (2021). Pelayanan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Kompleks Pertokoan Perhiasan Emas dan Mutiara Sekarbela, Kota Mataram). *Skripsi*.

Athar, G. A. (2015). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Wahana Inovasi*, 6(2), 13–30.

BPS Aceh, (2020). *Kecamatan Baiturrahman Dalam Angka*.

Chaudhy, M. S. (2012). *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar (Fundamental of Islamic Economic System)*, Jakarta: Prenadamedia Group.

Darmawan, K. (2019). Etika Bisnis Dalam Perspektif Al-Qur'an (Studi Tafsir Tematik). *Skripsi*.

Darussalam, A. Z. (2020). Konsep Etika Bisnis Islami Dalam Kitab Sahih Bukhari Dan Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 116–128.

Efendi, M., Rusminto, N. E., & Agustina, E. S. (2017). Tindak Tutur Transaksi Jual-Beli di Pasar Tradisional central Kotabumi dan

Implikasinya. *Jurnal Kata (Tindak Tutur, Transaksi Jual-Beli, Dan Pembelajaran)*, 1–12.

Erni R. Ernawan. (2011). *Business Ethics*, Bandung : Alfabeta.

Firatmadi, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT Pelita Air Service). *Journal of Business Studies*, 2(2), 80–105.

Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.

Kasmir. (2017). *Costumer Service Excellent: Teori dan Praktik*, Ed.1, Cet.ke-1, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Mashur, & Muttalib, A. (2019). Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Di Pasar Tradisional Lendang Bajur Kabupaten Lombok Barat Nusa Tenggara Barat (NTB). *Jurnal Econetica*, 1(2), 14–22.

Mursidah, U. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat). *Skripsi*.

Muthmainnah. (2019). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh. *Skripsi*.

Nilava, I., & Fauzi, A. (2020). Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri. *Jurnal*

- At-Tamwil*, 2(2), 139–152.
- Nurfitriani. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis di Pasar Inpres Palu. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 20–27.
- Patmasari, Y. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: *Skripsi*.
- Putri, A. D. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Pada Pedagang di Simpung Center Bandar Lampung. *Skripsi*.
- Putri, (2015) Kajian Komunikasi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Investor. (*repository.unisba.ac.id*)
- Putri, S. R. R. (2017). Etika bisnis pengusaha muslim dalam membangun loyalitas pelanggan di toko LA Surabaya. *Skripsi*.
- Putro, S. W., Semuel, H., Karina, R., & Brahmana. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Romadona, W. S. B., & Ulfi, I. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Desa Jumbleng Indramayu. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(3), 65–72.
- Saifudin. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam dan Loyalitas Konsumen Pada Usaha Pedagang Komoditi Pangan di Pasar Cikpuan Kota Pekanbaru Provinsi Riau. *Tesis*.
- Sakinah, M. (2018). Aspek-aspek Syariah Dalam Jual Beli Emas Antam Melalui Aplikasi Online Pada PT. Tamasia Global Sharia. *Skripsi*.

- Shobirin. (2016). Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(2), 239–261.
- Situmorang, S. H., & Lufti, M. (2021). *Analisis data*. USU Press.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Susiawati, W. (2017). Jual Beli dan dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 171–184.
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *Jurnal El-Faqih: Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96–113.
- Tarmok, A. (2020). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo. *Skripsi*.
- Wahyuni, E. (2017). Analisis Praktik Penambahan Dan Pengurangan Nilai Harga Pada Transaksi Jual Beli Emas Di Pasar Aceh Dalam Perspektif Hukum Islam. *Skripsi*.
- Wulandari, D. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap 212 mart kota bengkulu. *Skripsi*.
- Yunus, M. (2015). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada UKM Bandeng Tandu Kendal). *Skripsi*.
- Zaroni, A. N. (2007). Bisnis Dalam Perpektif Islam (Tela'ah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi). *Mazahib: Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 4(2), 172–184.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Identitas Informan

Nama :

Umur :

Agama :

Jenis Kelamin :

Alamat :

Pendidikan Terakhir :

Informan I : Pedagang Emas

NO.	PERTANYAAN
1	Sebagai pedagang emas, apakah Bapak mengetahui etika bisnis dalam Islam?
2	Adakah akad dalam praktik jual-beli yang sudah berjalan selama ini?
3	Apakah takaran emas sesuai dengan timbangan yang belaku atau tidak ?
4	Pernahkah Bapak menjual emas/menurunkan harga yang tidak sesuai dipasaran?
5	Bagaimana cara Bapak melayani pelanggan?
6	Rasa tanggungjawab seperti apa yang dapat Bapak berikan kepada pelanggan?
7	Apakah strategi itu dibutuhkan dalam menjaga loyalitas pelanggan?

Informan II : Pelanggan

NO.	PERTANYAAN
1	Sebagai pelanggan, bagaimana tanggapan Ibu saat membeli emas di Pasar Aceh ?
2	Apa yang membuat Ibu merasa aman dan nyaman membeli emas di Pasar Aceh?
3	Strategi seperti apa yang Ibu harapkan dari pedagang emas di Pasar Aceh?



Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

1. Transkrip wawancara peneliti dengan pedagang emas di Pasar Aceh

- 1. Nama : Bapak Ahmad
- 2. Umur : 57 Tahun
- 3. Hari/Tanggal : Senin/20 Februari 2023
- 4. Pukul : 10.15
- 5. Tempat : Pasar Aceh

1	Peneliti	Sebagai pedagang emas, apakah Bapak mengetahui etika bisnis dalam Islam?
	Pak Ahmad	Saya tidak tahu kalau tentang etika dalam Islam, yang saya tahu etika biasa. Seperti jujur dan ramah kepada pembeli. Karena saya juga sadar bahwa kalau jual beli itu butuh sopan santun dan keramah tamahan supaya pembeli senang dan kembali lagi.
2	Peneliti	Apakah takaran emas sesuai dengan timbangan yang belaku atau tidak ?
	Pak Ahmad	Saya kalau nimbang ya sesuai takaran atau timbangan. Nggak berani saya kalo ngurangi timbangan, selain itu kan pembeli pasti tahu kalau saya salah menimbang menimbanginya didepan pembeli. Dari pada mengurangi timbangan, lebih baik harga saya sedikit naikkan ketika membeli emas dari pelanggan karena kalo harga itu kan sementara, jadi sama-sama enak tidak merugikan pelanggan dan saya pun tidak rugi.
3	Peneliti	Pernahkah Bapak menjual emas/menurunkan harga yang tidak sesuai dipasaran?
	Pak Ahmad	Tidak pernah. Saya selalu membeli stok emas sesuai seperti biasanya, jika sedang naik saya sampaikan terus terang agar pelanggan tetap ingat di toko saya, kan kami disini ramai sekali yang jualan atau berdagang emas. Tapi, kalau

		<p>stok lama masih dan harganya melonjak karena barangnya susah didapat saya mengikuti harga pasaran waktu itu. Dengan cara menempah sesuai keinginan pelanggan, ya nanti dikenakan biaya tambahan untuk ongkos saja paling 100 ribu atau paling mahal 500 ribu, tergantung tingkat kesulitan dari hasil yang diinginkan oleh pelanggan. Kalau memainkan harga atau mengurangi kadar persen emasnya ya saya tidak berani, saya lebih fokus berdagang seperti biasanya.</p>
4	Peneliti	<p>Bagaimana cara Bapak melayani pelanggan?</p>
	Pak Ahmad	<p>Saya selalu melayani pembeli dengan sepenuh hati, Dik. Meskipun ada pembeli yang hanya tanya-tanya dan tidak jadi membeli. Karena itu hak pembeli, jadi saya menghormatinya</p>
5	Peneliti	<p>Rasa tanggungjawab seperti apa yang dapat Bapak berikan kepada pelanggan?</p>
	Pak Ahmad	<p>Saya selalu berusaha menjual emas sesuai takaran kemurniannya, kalau tidak begitu, ini dapat menjadikan reputasi toko saya hancur dikemudian hari. Karena bagi saya merasa itu tanggungjawab saya untuk selalu memberikan yang terbaik kepada pelanggan saya</p>
6	Peneliti	<p>Apakah strategi itu dibutuhkan dalam menjaga loyalitas pelanggan?</p>
	Pak Ahmad	<p>Saya merasa strategi sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dari segi pelayanan, kami selalu bersikap ramah terhadap pelanggan, dan selalu jujur agar pelanggan merasa nyaman dan puas terhadap kami, sehingga pelanggan pun menjadi setia bahkan merekomendasikan produk-produk emas kami kepada orang lain.</p>

2. Transkrip wawancara peneliti dengan pedagang emas di Pasar Aceh

1. Nama : Bapak Bima
2. Umur : 54 Tahun
3. Hari/Tanggal : Senin/20 Februari 2023
4. Pukul : 11.00
5. Tempat : Pasar Aceh

1	Peneliti	Sebagai pedagang emas, apakah Bapak mengetahui etika bisnis dalam Islam?
	Pak Bima	Tidak, saya berjualan seperti pada umumnya. Tidak memakai etika bisnis Islam, karena saya sendiri juga tidak tahu.
2	Peneliti	Adakah akad dalam praktik jual-beli yang sudah berjalan selama ini?
	Pak Bima	Kalau jualan, saya biasanya menawarkan barang jualan saya. Pembeli mau dan membayar. Seperti pada umumnya saja. Tidak pernah saya menggunakan lafaz akad waktu jual beli. Saya sendiri baru tahu ini. Dan pembeli pun saya lihat biasanya sibuk-sibuk ketika beli emas.
3	Peneliti	Apakah takaran emas sesuai dengan timbangan yang belaku atau tidak ?
	Pak Bima	Iya, saya pasti tanya dulu kalau emas kan naik turun harganya dan mengikuti pasar dan harga dunia ya Dik. Saya kasihan Dik, biar sama-sama enak saja. Kalau pembelinya mau ya saya jual, kadang kalau tidak laku saya tempah lagi dan sepuh lagi biar tetap terjaga kadar emasnya.
4	Peneliti	Bagaimana cara Bapak melayani pelanggan?
	Pak Bima	Sering Dik, hampir semua pembeli menawar harganya. Tapi, ada juga pembeli yang menawar dan pergi karena harganya tidak sesuai dengan keinginannya, itu kami kan mengikuti harga pasar nasional untuk harga emas yang bisa naik turun dalam sekejap. Saya biarkan karena itukan haknya, kalau menawar boleh saja. Tapi

		menawarnya harus di batas wajar atau misalnya tanyak dulu untuk emasnya sedang naik atau turun itukan masih wajar, kalau keterlaluhan saya biarkan Dik. Karena jualan emas berbeda dengan berdagang barang lainnya..
5	Peneliti	Rasa tanggungjawab seperti apa yang dapat Bapak berikan kepada pelanggan?
	Pak Bima	Saya kalau ada emas yang sudah agak usang atau tidak cerah lagi langsung saya sepuh balik, karena itu tanggungjawab saya. Dan kalau sudah lama belum laku juga kan bisa di tempah ke model terbaru dengan mengikuti trend sekarang.
6	Peneliti	Apakah strategi itu dibutuhkan dalam menjaga loyalitas pelanggan?
	Pak Bima	Ya strategi yang kami lakukan memang sangat besar pengaruhnya terhadap loyalitas, toko kami selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, menjaga integritas dan kejujuran baik saya selaku pemilik usaha dan karyawan saya, selalu saya arahkan agar tetap menjaga sikap dengan pelanggan. Agar pelanggan setia dan tidak bosan-bosannya untuk terus bertransaksi di toko emas kami

3. Transkrip wawancara peneliti dengan pedagang emas di Pasar Aceh

1. Nama : Bapak Said
2. Umur : 50 Tahun
3. Hari/Tanggal : Rabu/22 Februari 2023
4. Pukul : 14.23
5. Tempat : Pasar Aceh

1	Peneliti	Sebagai pedagang emas, apakah Bapak mengetahui etika bisnis dalam Islam?
	Pak Said	Apa itu Dik, saya tidak tahu. Saya tahu kalau rezeki itu sudah diatur, jadi saya pasrah dengan pemberian Allah melalui berdagang dan usaha. Jadi saya berusaha sebisa saya dan berbuat baik kepada pembeli. Sehingga nanti pembeli datang lagi.
2	Peneliti	Adakah akad dalam praktik jual-beli yang sudah berjalan selama ini?
	Pak Said	Tidak, saya tidak pernah melakukan lafaz akad dalam transaksi jual beli. Seperti pada umumnya saja, saya menjumlah total barang belanjaan dan memberikan uang kembalian. Saya tidak tahu, karena saya sekolah dulu juga cuma sampai SD Dik. Saya tahunya cuma kalau melayani pembeli itu harus ramah saja. Jika pun ada kalimat khusus seperti barang untuk pembeli uang untuk saya, begitu saja si Dik.
3	Peneliti	Pernahkah Bapak menjual emas/menurunkan harga yang tidak sesuai dipasaran?
	Pak Said	Saya tidak pernah memainkan harga emas, jika naik ya saya sampaikan naik dan jika turun juga begitu, karena barang dagangan saya termasuk barang yang saya jaga kualitasnya. Kalau lagi rezeki dan harganya melonjak, saya justru mengurangi pembelian stok. Karena takut emasnya nanti tidak terjual dalam waktu dekat dan daya beli menurun.

	Peneliti	Apakah strategi itu dibutuhkan dalam menjaga loyalitas pelanggan?
4	Pak Said	Strategi itu penting bagi saya, dan juga bagi kami pedagang. Pastinya setiap pemilik usaha memiliki strategi masing-masing dalam memasarkan barang dagangannya. Bagi saya, bertanggungjawab dan menjaga sikap jujur adalah strategi yang paling baik. Menyampaikan informasi apa adanya tentang barang atau emas yang kami jual kepada pelanggan itu juga bagian menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Agar pelanggan tetap loyal dan setia di tempat kami.



4. Transkrip wawancara peneliti dengan pedagang emas di Pasar Aceh

- 1. Nama : Bapak Usman
- 2. Umur : 52 Tahun
- 3. Hari/Tanggal : Kamis/02 Maret 2023
- 4. Pukul : 11.20
- 5. Tempat : Pasar Aceh

	Peneliti	Apakah strategi itu dibutuhkan dalam menjaga loyalitas pelanggan?
1	Pak Usman	Saya sering mengikuti pengajian ya Dik, jadi sedikit banyaknya Alhamdulillah tahulah mengenai bersikap jujur dan bertanggungjawab terhadap pelanggan. Jika berbicara strategi, yang sudah kami jalankan selama ini yaitu memberikan pelayanan dengan bersikap ramah dan tidak emosi. Setelah itu, kami di toko juga ada menyediakan permen dan aqua gelas untuk pelanggan, jika ada ibu-ibu yang sudah lama berdiri sambil melihat barang kan bisa minum dulu dan mencicipi permen. Ya itu juga bagian dari strategi sih menurut saya, karena yang namanya pelayanan itu kan tidak harus sikap ramah dan jujur saja, tetapi membuat pelanggan nyaman bertransaksi di tempat kami juga bagian dari strategi menurut saya.

5. Transkrip wawancara peneliti dengan pedagang emas di Pasar Aceh

1. Nama : Bapak Samsul
2. Umur : 55 Tahun
3. Hari/Tanggal : Jumat/03 Maret 2023
4. Pukul : 15.15
5. Tempat : Pasar Aceh

	Peneliti	Apakah strategi itu dibutuhkan dalam menjaga loyalitas pelanggan?
1	Pak Samsul	Berhubungan dengan strategi, kami tidak ada strategi khusus di toko, tetapi yang sudah lama kami jalani hanya menjaga tutur kata dan bersikap baik terhadap pelanggan, dan di toko kami kan saat ini yang menjadi pelanggan ya banyak gadis-gadis muda, artian kebanyakan anak mudanya lah. Jadi, ada lah sisi humoris dalam selingan berbicara perihal penawaran. Karena aneka emas yang kami jual selain emas murni karat 99A, ada juga emas paon karat 22. Emas paon ini banyak modelnya di kami, jadi di toko kami selain humoris dan sikap, juga mengikuti trend disini yang kami siapkan sebagai strategi. Kami mengikuti model-model terbaru untuk anak muda makanya emas paon disini banyak modelnya.

A R - R A N I R Y

6. Transkrip wawancara peneliti dengan pedagang emas di Pasar Aceh

1. Nama : Bapak Hasan
2. Umur : 49 Tahun
3. Hari/Tanggal : Jumat/03 Maret 2023
4. Pukul : 15.40
5. Tempat : Pasar Aceh

	Peneliti	Apakah strategi itu dibutuhkan dalam menjaga loyalitas pelanggan?
1	Pak Hasan	Strategi kami tidak ada yang khusus Dik, saya berjualan emas ini sudah turun temurun, jadi menjaga kualitas saja sudah cukup. Paling ya bersikap ramah, bertanggungjawab, jujur, dan tidak melakukan tipu-tipu kepada pelanggan. Itu sudah merupakan strategi juga yang digunakan oleh orang tua saya dulu. Karena jualan emas ini kan tidak sama dengan jualan barang lainnya. Yang kami targetkan sebagai pelanggan hanya perempuan, dan emas ini pakaian perempuan. Apalagi strategi orang-orang dulu dengan bersikap baik dan ramah saja sudah cukup.

7. Transkrip wawancara peneliti dengan pedagang emas di Pasar Aceh

- 1. Nama : Bapak Khalid
- 2. Umur : 49 Tahun
- 3. Hari/Tanggal : Senin/06 Maret 2023
- 4. Pukul : 10.23
- 5. Tempat : Pasar Aceh

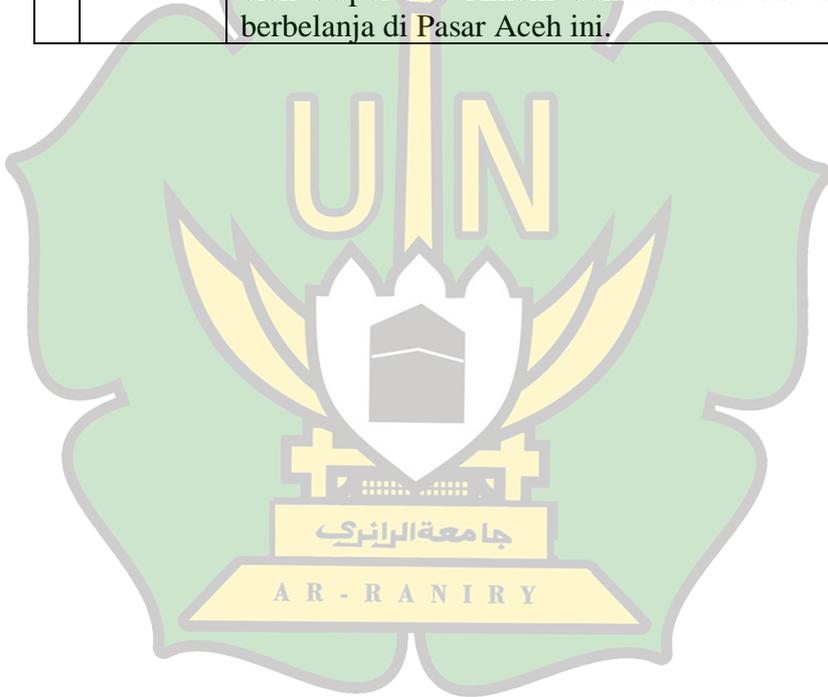
Peneliti	Apakah strategi itu dibutuhkan dalam menjaga loyalitas pelanggan?
1 Pak Khalid	Soal strategi, kami ada grup wa tersendiri bagi pelanggan di toko kami Dik. Itu juga strategi kan. Jadi grup wa ini saya khusus kan bagi pelanggan lama dan pelanggan baru ya kami masukkan ke grup, jadi setiap informasi kenaikan atau turun harga emas bisa kami berikan informasi di grup. Jadi pelanggan tidak kewalahan harus kemari hanya untuk bertanya harga emas. Begitu juga jika ingin menjual emas, bisa chat wa saja. Jadi memudahkan, dan saya rasa ini juga bagian dari strategi. Selebihnya, saya rasa untuk strategi ya jujur dan lain sebagainya. Pasti juga sudah disampaikan sama pedagang lainnya soal strategi ini kan.

8. Transkrip wawancara peneliti dengan Pembeli emas di Pasar Aceh

1. Nama : Ibu Fitri
2. Umur : 43 Tahun
3. Hari/Tanggal : Kamis/23 Februari 2023
4. Pukul : 11.40
5. Tempat : Pasar Aceh

1	Peneliti	Sebagai pelanggan, bagaimana tanggapan Ibu saat membeli emas di Pasar Aceh ?
	Ibu Fitri	Pernah, saya membeli emas di Pasar Aceh. Sebanyak 3 mayam atau 10 gram dan pada saat saya menjual emas tersebut pada toko lain, ternyata setelah ditimbang berat emas hanya sekitar 9,6 gram. Saya tidak tahu jika disengaja atau tidak ya, tetapi ya sempat kecewa juga kenapa pedagang emasnya kurang teliti.
2	Peneliti	Strategi seperti apa yang Ibu harapkan dari pedagang emas di Pasar Aceh?
	Ibu Fitri	Pelayanan yang bagus bikin kami senang dan selalu percaya sama pedagang emas yang ada di Pasar Aceh. Kalau emas yang dijual sesuai karat tingkat kemurniannya, tetap menjaga harga sesuai pasar itu membuat kami pasti akan kembali lagi, tapi jika pelayanan buruk siapapun juga pasti kecewa, tapi di Pasar Aceh ini masih banyak pedagang emas yang baik Alhamdulillah dan juga pelayanannya sangat baik.
3	Peneliti	Apakah Ibu tahu mengenai etika bisnis syariah khususnya prinsip keadilan?
	Ibu Fitri	Prinsip keadilan ya, bagi saya khususnya di Toko saya langganan Alhamdulillah baik-baik saja dan aman, saya rasa masih sesuai ketentuan yang berlaku. Jika pun ada beberapa pedagang di Pasar Aceh ini yang tidak megindahkan prinsip keadilan tersebut, yaitu oknum atau pribadi si pedagang. Tidak mungkin juga kami terlalu ikut

		campur persoalan pribadi mereka.
4	Peneliti	Bagaimana tanggapan Ibu selama menjadi pelanggan emas di Pasar Aceh, adakah kebebasan yang Ibu dapat ataukah tekanan?
	Ibu Fitri	Iya bebas dong kalau belanja, buktinya model apa saja kita bebas pilih disini, tetapi saya dulu teringat sekitar tahun 2015 ada semacam calo atau preman pasar gitu, yang arahin kita ini untuk berbelanja di toko emas tertentu yang dia arahkan. Sekarang sudah tidak ada dan diberantas oleh satpol PP. Alham dulillah baik dan aman berbelanja di Pasar Aceh ini.



9. Transkrip wawancara peneliti dengan Pembeli emas di Pasar Aceh

- 1. Nama : Ibu Vivi
- 2. Umur : 48 Tahun
- 3. Hari/Tanggal : Jumat/24 Februari 2023
- 4. Pukul : 16.13
- 5. Tempat : Pasar Aceh

1	Peneliti	Sebagai pelanggan, bagaimana tanggapan Ibu saat membeli emas di Pasar Aceh ?
	Ibu Vivi	Saya pernah beli emas di Pasar Aceh ini, kan ada itu kejadian yang sempat viral ada beberapa toko yang menurunkan kadar emasnya ketika diperiksa polisi dan saya sempat berlangganan di salah satu toko emas situ. Sebagai pelanggan ya pasti saya kecewa dan saya berharap kan di Pasar Aceh ini bisa menjadi ikon Banda Aceh dimana kami masyarakat sebagai pelanggan ini dilayani dengan jujur dan sepenuh hati.
2	Peneliti	Strategi seperti apa yang Ibu harapkan dari pedagang emas di Pasar Aceh?
	Ibu Vivi	Ya jelas dong pelayanan juga penting, kalo pelayanan bagus kan hati jadi senang terus tentram lah, kalau pelayanan nya jelek saya tidak akan langganan meskipun emasnya dan kadarnya baik.
3	Peneliti	Apakah Ibu tahu mengenai etika bisnis syariah khususnya prinsip kesatuan?
	Ibu Vivi	Menurut pengamatan saya, tindakan kesatuan yang Adik maksud ada dong di para pedangang emas. Walaupun tidak sepenuhnya dijalankannya itu wajar. Kan namanya kita manusia ya Dik, setiap hari ini kita harus belajar kan. Setidaknya saya melihat prinsip kesatuan itu sudah mulai dijalankan di pedagang emas di Pasar Aceh ini.

10. Transkrip wawancara peneliti dengan Pembeli emas di Pasar Aceh

1. Nama : Ibu Cut
2. Umur : 44 Tahun
3. Hari/Tanggal : Sabtu/25 Februari 2023
4. Pukul : 10.15
5. Tempat : Pasar Aceh

1	Peneliti	Apa yang membuat Ibu merasa aman dan nyaman membeli emas di Pasar Aceh?
	Ibu Cut	Saya sering belanja emas disini, karena penjual baik dan ramah. Terkadang saya diberikan beberapa emas yang model terbaru yang ditawarkan dengan penuh keramahan. Selama ini saya tidak pernah memperoleh emas yang kualitasnya buruk, penjual emasnya selalu memberi tahu keadaan barangnya apabila kualitasnya buruk dan mereka akan memperbaiki dan selalu bertanya kalau saya mau.
2	Peneliti	Strategi seperti apa yang Ibu harapkan dari pedagang emas di Pasar Aceh?
	Ibu Cut	Iya pelayanan sangat penting, selama jadi pelanggan di toko emas yang jadi langganan kami, Alhamdulillah pelayanan selalu baik dan itu yang bikin saya setia dan suami selalu mengarahkan untuk jual beli emas disini saja di tempat kami langganan.
3	Peneliti	Apakah Ibu tahu mengenai etika bisnis syariah khususnya prinsip keadilan?
	Ibu Cut	Rasa dan perasaan adil itu bagi saya relatif saja. Kalau untuk tahu sepenuhnya prinsip keadilan belum pernah dengar. Iya apalagi etika bisnis syariah saya baru dengar.

11. Transkrip wawancara peneliti dengan Pembeli emas di Pasar Aceh

1. Nama : Ibu Fira
2. Umur : 47 Tahun
3. Hari/Tanggal : Sabtu/25 Februari 2023
4. Pukul : 14.20
5. Tempat : Pasar Aceh

1	Peneliti	Sebagai pelanggan, bagaimana tanggapan Ibu saat membeli emas di Pasar Aceh ?
	Ibu Fira	Bagi saya ya enak berbelanja emas di sini, karena juga sudah sekeluarga dan anak-anak saya pun beli emasnya disini. Tidak pernah ke tempat lain. Sudah langganan, dan ketika mau jual jika butuh uang pun dimudahkan. Jadi, tidak ada masalah selama ini saya beli mas di sini.
2	Peneliti	Apa yang membuat Ibu merasa aman dan nyaman membeli emas di Pasar Aceh?
	Ibu Fira	Saya sering diberi diskon Dik, karena saya memang sering membeli emas di toko beliau. Bahkan kami save WA-nya untuk bisa mengetahui perkembangan harga emas di Banda Aceh ini.
3	Peneliti	Apakah Ibu tahu mengenai etika bisnis syariah khususnya prinsip kesatuan?
	Ibu Fira	Jika istilahnya saya kurang tahu, Dik. Persoalan akan dan sikap jujur, tanggung jawab dan sebagainya mungkin saya pernah dengar baik di pengajian atau dari Teungku-Teungku. Untuk toko emas di Pasar Aceh, secara umum saya melihat adanya prinsip kesatuan yang membuktikan mereka ada akadnya, harga penjualan yang serentak dan saling bermusyawarah jika ada kenaikan atau penurunan harga, bahkan mereka pun memiliki grup pedagang emas di WAG nya masing-masing.
4	Peneliti	Bagaimana tanggapan Ibu selama menjadi

		pelanggan emas di Pasar Aceh, adakah kebebasan yang Ibu dapat ataukah tekanan?
	Ibu Fira	Bagi saya, berbelanja emas di Pasar Aceh ini sangat bebas. Kalau berbicara prinsip kebebasan yang Adik sampaikan tadi, disini kita bebas berbelanja dimana saja, dan saya pun sudah lama berlanggan di satu toko emas di Pasar Aceh ini, artinya kami tidak pernah dipaksa harus memilih toko mana untuk membeli emas, dan tidak ada perasaan intervensi ataupun sikap diskriminasi dari si pedagang. Alhamdulillah saya merasa bebas dan nyaman berbelanja emas disini.



Lampiran 3: Dokumentasi Penelitian

1. Dokumentasi Wawancara Bersama Pedagang Emas



جامعة الرانيري

AR - RANIRY



2. Dokumentasi Wawancara Bersama Pelanggan



جامعة الرانيري

AR - RANIRY

BIODATA

Nama : Syifa Shahira
NIM : 190602101
Tempat/Tgl. Lahir : Bireuen/ 30 Oktober 2001
Status : Belum Kawin
Warga Negara : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Bireuen Mns. Tgk. di Gadong, Kec. Kota
Juang, Kab. Bireuen
No. Hp : 082360101967
Email : syifashahira52@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SDN 1 Bireuen : 2013
2. MTsS Al-Zahrah : 2016
3. MAN 2 Bireuen : 2019
4. Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Alm. H. Abdul Gani
Pekerjaan : -
Nama Ibu : Dra. Hj. Raziah
Pekerjaan : PNS
Alamat Orang Tua : Bireuen Mns. Tgk. di Gadong, Kec. Kota
Juang, Kab. Bireuen

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Banda Aceh, 22 Juni 2023
Penulis,



Syifa Shahira