

Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konveksi Rizma Collection)

**Diah Novia Ningrum¹, Sholikhul Hadi²
IAIN Kudus^{1,2}**

Email: diahnovia21@gmail.com¹, sholikhul623@gmail.com²

Abstract

In Islamic business it is very necessary to apply good Islamic business ethics such as honesty, trustworthiness, and so on. The purposes of this study are: 1) To find out how Islamic business practices are, 2) To find out the implementation of Islamic business ethics in increasing customer loyalty, 3) To find out the inhibiting factors in the application of Islamic business ethics and their solutions. This study used a type of field research (field research) with a qualitative approach using interviews, observation, and documentation in collecting data. This study shows that: 1) The business practices run by the Rizma Collection convection are in accordance with Islamic business activities, 2) Implementation of Islamic business ethics in increasing customer loyalty has been implemented properly. quite good on the principles of unity (equilibrium), free will, and truth: virtue and honesty, although there are still deficiencies in the principle of responsibility (responsibility), 3) Inhibiting factors in the implementation of Islamic business ethics in increasing customer loyalty including a lack of understanding and application of Islamic values in more depth, the products produced are still not all types of closed clothing, and the lack of effective service when many requests come in. However, solutions have been sought for improvement in the implementation of Islamic business ethics at the Rizma Collection convection in order to increase customer loyalty.

Keywords: Islamic Business Ethics, Customer Loyalty

Abstrak

Dalam bisnis Islam sangat diperlukan adanya penerapan etika bisnis Islam yang baik seperti kejujuran, amanah, dan lain sebagainya. Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui bagaimana praktik bisnis Islam, 2) Untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, 3) Untuk mengetahui faktor penghambat dalam penerapan etika bisnis Islam dan solusinya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif yang menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi dalam pengumpulan datanya. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Praktik bisnis yang dijalankan konveksi Rizma Collection sudah sesuai dengan aktivitas bisnis Islam, 2) Implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan telah diterapkan dengan cukup baik pada prinsip kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan kebenaran: kebajikan dan kejujuran, walaupun masih ada kekurangan pada prinsip tanggung jawab (*responsibility*), 3) Faktor penghambat dalam implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan diantaranya kurangnya pemahaman dan penerapan nilai-nilai Islam lebih mendalam, produk yang dihasilkan masih belum seluruhnya jenis pakaian

tertutup, serta kurang efektifnya pelayanan ketika banyak permintaan masuk. Namun solusi-solusi telah diupayakan demi perbaikan dalam implementasi etika bisnis Islam di konveksi Rizma *Collection* agar mampu meningkatkan loyalitas pelanggan

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Loyalitas Pelanggan*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, perkembangan usaha di Indonesia sangat pesat seiring dengan pertumbuhan di segala bidang usaha yang ditandai dengan adanya banyak persaingan antar perusahaan secara ketat dan terbuka. Dalam keadaan seperti ini, setiap perusahaan dituntut untuk terus melakukan pengembangan usaha agar bisa menyesuaikan diri dalam persaingan dengan perusahaan-perusahaan lain. Dalam melakukan pengembangan usaha tentu terdapat berbagai macam kendala yang akan dihadapi. Untuk menyikapi keadaan tersebut, berbagai upaya dan strategi dilakukan oleh pelaku usaha agar mampu memenangkan persaingan pasar, salah satunya dengan menerapkan etika bisnis Islam sebagai pedoman dalam menjalankan usahanya, baik bertingkah laku maupun dalam proses pengambilan keputusan. (Wardani & Ridlwan, 2022)

Etika bisnis Islam mengarahkan kepada bisnis agar sesuai dengan syariat Islam yang telah ditetapkan. Bisnis Islam tidak diperbolehkan adanya unsur haram didalam usahanya, baik dalam memilih jenis usaha, membagi keuntungan, dan penjualannya. Jadi, Islam menentukan dan mengatur halal dan haram dari produk. Halal dan haram dijadikan landasan utama untuk mendapatkan proses dan jenis dari kegiatannya sehari-hari. Keuntungan sudah tidak menjadi tujuan dengan diterapkannya bisnis Islam, melainkan dampak sosial yang diciptakan dengan adanya hasil dari usaha tersebut. Jadi adanya etika dapat menyatu dengan dunia bisnis. Konsep etika bisnis dalam Islam berlandaskan pada amanah, kejujuran, dan bertanggung jawab. Dalam memahami secara kaffah/luas dan benar mengenai konsep etika bisnis Islam maka harus memahami tiga dasarnya yaitu aqidah, akhlak, dan syariah (Ayu & Anwar, 2022).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Wardani & Ridlwan, (2022) dengan judul "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi". Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pada PT. Tanjung Abadi dalam usaha membangun loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Tanjung Abadi telah menjalankan etika bisnis Islam dengan lima prinsip yakni kesatuan/tauhid, keseimbangan/keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan prinsip kebenaran. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Mannan & Ratih, (2021) yang berjudul "Penerapan Etika Bisnis Islam

Dalam Usaha Mikro Mebel/UMKM” yang memiliki tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana konsep etika bisnis Islam serta bagaimana implementasinya bagi para pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam usaha toko mebel H. Dawi telah menerapkan etika bisnis Islam, baik pemilik maupun karyawan.

Disamping itu terdapat penelitian lain dari Silviah & Lestari, (2022) dengan judul “Pengaruh Etika Bisnis Dalam Meningkatkan UMKM” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menjalankan bisnis perlu menjalankan etika bisnis Islam. Penerapan etika bisnis Islam memberikan pengaruh yang baik, dan nilai positif dalam meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dari beberapa penelitian yang telah disebutkan di atas, terdapat persamaan hasil bahwa penerapan etika bisnis Islam sangat penting untuk diterapkan dalam setiap usaha, termasuk pada usaha mikro kecil menengah (UMKM). Penerapan etika bisnis Islam dinilai mampu memberikan banyak pengaruh positif dalam usaha.

Konveksi Rizma *Collection* yang beralamat di Desa Jepang Pakis, Jati, Kudus ini sudah berkembang pesat dimana penjualan produknya hingga luar Kota. Konveksi ini adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang fashion baik pria maupun wanita. Selain membuka lapak *offline* di kediamannya, juga terdapat toko di pasar klewer, Solo. Dalam mencari pelanggan dengan melakukan penjualan secara *offline* dan *online* bukanlah hal yang mudah. Keberhasilan yang telah dicapai selama ini tentunya tidak terlepas dari peranan etika bisnis Islam yang diterapkan sehingga meningkatkan loyalitas terhadap pelanggan konveksi Rizma *Collection*.

Dari penjelasan yang telah disebutkan di atas, peneliti dalam mengamati bahwa permasalahan dan tantangan yang dialami konveksi Rizma *Collection* yakni dalam penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Konveksi Rizma *Collection* telah menerapkan etika bisnis Islam dalam aktivitas bisnisnya, hal ini terlihat dari sikap *owner* yang selalu menekankan untuk menanamkan sifat kejujuran dalam melakukan pencatatan produksi yang telah dilakukan masing-masing karyawan. Kemudian untuk pemberian gaji karyawan juga dilakukan secara adil sesuai dengan tugas yang dijalankan. Hanya saja dalam hal pelayanan kepada konsumen terkadang masih kurang maksimal dikarenakan banyaknya pelanggan dengan permintaan barang dalam waktu yang bersamaan.

Tujuan dari penelitian ini antara lain: (1) Untuk mengetahui bagaimana praktik bisnis Islam di konveksi Rizma *Collection*, (2) Untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada konveksi Rizma *Collection*, (3) Untuk mengetahui faktor penghambat dalam penerapan etika bisnis Islam di konveksi Rizma *Collection* beserta solusinya.

KAJIAN LITERATUR

Konsep Bisnis Islam

Dalam Islam, bisnis merupakan suatu serangkaian aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat berbagai jenis yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya termasuk profitnya, akan tetapi dibatasi dalam perolehannya dan pendayagunaan pada hartanya (terdapat aturan halal dan haram) (Silviyah dan Lestari, 2022). Bisnis dalam pandangan syariah adalah bisnis yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan hadist dimana terdapat kesesuaian kegiatan bisnis dengan syariah Islam sebagai ibadah kepada Allah Ta'ala untuk mendapat ridho-Nya. Dalam bisnis Islam, semua hasil usaha yang telah dilakukan selalu mengingat dan menyerahkan kepada Allah Ta'ala. Menurut Fauzia (2013), Bisnis dalam Al-Qur'an disebut dengan istilah *tijarah*, yang memiliki dua pengertian, yaitu: pertama, bisnis secara umum meliputi perniagaan antara manusia dengan Allah. Ketika seseorang memilih petunjuk dari Allah, mencintai Rasul-Nya, berjuang di jalan-Nya dengan harta dan jiwa, membaca kitab Allah, mendirikan shalat, menafkahkan sebagian rezekinya, maka itulah sebaik-baiknya perniagaan kepada Allah. Kemudian pengertian *tijarah* yang kedua merupakan perniagaan secara khusus, yang berarti perdagangan atau jual beli antar sesama manusia. Berikut ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan *tijarah* pada QS. An-Nisa' ayat 29

Dalam menjalankan segala aktivitas terutama kegiatan bisnis sangat memerlukan adanya etika. Dengan adanya etika bisnis, maka segala kegiatan bisnis akan lebih terjaga dan berlangsung dengan baik. Adapun aktivitas bisnis yang dilaksanakan berdasarkan etika bisnis Islam adalah sebagai berikut: (Zakiyah, 2021)

a. Jujur (Shiddiq)

Bisnis tidak akan berjalan lama apabila tidak dilandasi dengan kejujuran. Sifat jujur menjadi kunci utama dalam meraih kesuksesan dalam berbisnis.

b. Amanah

Agama Islam mengajarkan pebisnis untuk mempunyai sikap amanah baik untuk diri sendiri maupun bagi orang lain, serta tidak pernah meremehkan hak orang yang memberikan amanah. Amanah merupakan suatu tanggung jawab besar bagi seorang pebisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya yang tidak hanya dipertanggung jawabkan di dunia, melainkan di akhirat juga.

c. Adil

Islam sangat menganjurkan berperilaku adil dan tidak diperbolehkan melakukan kecurangan di dalam bisnis. Keadilan akan menunjang keberhasilan bisnis sedangkan kecurangan merupakan pertanda kehancuran dalam berbisnis. Bersikap adil dapat membuat konsumen merasa aman dan tidak dirugikan.

d. Toleransi dan keramah-tamahan

Sikap ramah tamah merupakan sifat terpuji yang juga harus diterapkan kepada setiap orang utamanya pada aktivitas bisnis. Ramah merupakan bentuk penerapan dari rendah hati.

- e. Keterbukaan dan kebersamaan
Ketersediaan pelaku bisnis dalam menerima pendapat dan masukan orang lain yang lebih benar merupakan sikap keterbukaan yang dapat menghidupkan potensi serta meningkatkan inisiatif yang lebih kreatif.

Pengertian dan Konsep Etika Bisnis Islam

Kata etika berasal dari bahasa Yunani "*Ethos*" berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam praktik secara umum, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik yang ada pada diri seseorang itu sendiri maupun di dalam masyarakat (Badroen *et al.*, 2006). Masalah etika yang perlu diperhatikan oleh semua pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya. Seorang pelaku bisnis harus memiliki pemahaman bahwa etika sangat diperlukan dalam meningkatkan bisnisnya. Pada dasarnya etika memiliki peran sebagai suatu prinsip moral dimana mampu membedakan mana yang benar dan mana yang tidak benar, sedangkan bisnis merupakan serangkaian peristiwa dari pelaku bisnis.

Etika bisnis kadang-kadang disebut pula etika manajemen, yaitu penerapan standar moral ke dalam kegiatan bisnis (Alma & Priansa, 2009). Sebuah etika bisnis mampu mempelajari tentang mana yang dianggap baik atau buruk, benar atau salah dalam menjalankan bisnis berdasarkan prinsip moralitas. Dengan demikian, etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam melaksanakan atau menjalankan suatu bisnis dengan berdasarkan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak ada kekhawatiran yang timbul, karena telah dipastikan sebagai sesuatu yang baik dan benar (Silviah & Lestari, 2022). Etika bisnis dalam islam memiliki arti yang sangat penting yang perlu diterapkan oleh semua pelaku usaha muslim.

Menurut Aziz, (2013), prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang harus diterapkan dalam menunjang kegiatan bisnis antara lain:

- a. Kesatuan (*Unity*)
Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid. Tauhid merupakan sistem yang dijalankan dalam mengelola kehidupan yang memiliki hubungan vertikal dengan Tuhan sebagai wujud tunduk pada apapun yang telah menjadi ketetapan-NYA.
- b. Keseimbangan (*Equilibrium*)
Islam sangat menjunjung tinggi keadilan tak terkecuali pada pihak-pihak yang bersifat kontra dalam dunia bisnis. Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekadar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan. Persyaratan adil mendasari penentuan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun

timbangan. Hal ini sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Maidah ayat 8.

c. Kehendak bebas (*Free will*)

Kebebasan merupakan hal penting dalam etika bisnis Islam. Adanya prinsip kebebasan ini tidak digunakan untuk mengganggu dan merugikan kepentingan bersama orang lain. Kehendak bebas disini memiliki arti bahwa Islam sangat memperbolehkan umatnya untuk terus melakukan inovasi dalam bermuamalah khususnya dalam bisnis, namun tetap sesuai dengan syariat-syariat yang telah ditentukan.

d. Tanggung jawab (*Responsibility*)

Dalam perspektif Islam, tanggung jawab memiliki arti yang majemuk, yakni selain tanggung jawab terhadap diri sendiri juga tanggung jawab terhadap orang lain dan lingkungan sekitar. Tanggung jawab sangat diperlukan di dalam bisnis. Tanpa adanya sikap tanggung jawab, pekerjaan tidak akan berjalan dengan lancar. Prinsip ini sangat berkaitan dengan prinsip kebebasan. Setelah melakukan berbagai kebebasan berinovasi dalam berbisnis, bukan berarti semuanya telah selesai setelah tujuannya tercapai atau telah mendapatkan laba. Hal ini tercantum dalam firman Allah pada QS. Al-Muddassir ayat 38.

e. Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran dalam prinsip ini memiliki arti bahwa etika bisnis Islam sangat menjaga kebenaran dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Hal ini bisa disebut dengan prinsip ihsan, yakni suatu usaha individu untuk sungguh-sungguh bekerja, tanpa kenal menyerah dengan dedikasi penuh menuju optimalisasi, sehingga mendapat hasil yang maksimal (Alma dan Priansa, 2009). Dalam melakukan aktivitas, seorang muslim harus sadar bahwa Allah selalu melihat dan mengawasi apa yang dikerjakan sehingga dalam melakukan aktivitas selalu berusaha melakukan dengan yang terbaik.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan sebuah upaya yang dilakukan konsumen atau pelanggan untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepuasan, dan rasa kebanggaan yang kuat terhadap suatu produk yang nantinya diikuti dengan melakukan pembelian ulang (Sasongko, 2021). Kotler dan Keller (2008), menyatakan bahwa menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Loyalitas pelanggan bisa terbentuk dengan adanya kepuasan konsumen yang timbul dari layanan yang berkualitas yang memenuhi harapan dan keinginan konsumen sehingga tidak beralih ke produk lain.

Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan bahwa loyalitas adalah sebuah komitmen yang dilakukan pelanggan atau konsumen untuk tetap bertahan dan berlangganan kembali dalam melakukan pembelian suatu

produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang. Konsumen yang loyal tidak diukur dari seberapa banyak ia membeli produk, tapi seberapa sering ia melakukan pembelian dan merekomendasikan kepada orang lain.

Problematika Manajemen Bisnis Syariah

Dalam menjalankan aktivitas bisnis tentunya tidak terlepas dari banyaknya tantangan dan hambatan. Bagi pebisnis muslim, hambatan terbesar yaitu bagaimana menjalankan aktivitas bisnis dengan tetap berpegang pada nilai-nilai Islam di tengah-tengah suasana bisnis dalam sistem kapitalis yang cenderung menghalalkan segala cara (Yusanto dan Widjajakusuma, 2008). Karena hal tersebut, maka seorang pebisnis muslim harus diharuskan menerapkan manajemen bisnis syariah dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Dalam menghadapi dan menyelesaikan suatu masalah atau hambatan dalam aktivitas bisnis harus dilakukan berdasarkan prinsip syariah. Dalam mencari solusi untuk mengurangi hambatan yang terjadi tidak boleh menyimpang dari prinsip bisnis syariah.

Menurut Abdullah (2014), beberapa aktivitas terlarang yang harus dihindari:

- 1) Melakukan transaksi bisnis yang diharamkan agama Islam, seperti minuman keras, riba, dan pelacuran.
- 2) Memperoleh dan menggunakan harta secara tidak halal seperti menipu, riba, dan spekulasi.
- 3) Melakukan persaingan usaha yang tidak adil untuk memenangkan persaingan, seperti monopoli dan oligopoli.
- 4) Melakukan pemalsuan dan penipuan, seperti testimoni fiktif, iklan yang tidak sesuai produk asli, eksploitasi wanita dalam bisnis kosmetik dan perawatan tubuh.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah langkah dalam menganalisis data guna mendapatkan gambaran terkait hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu melalui pengamatan dan meneliti secara langsung pada objek penelitian yang biasa disebut sebagai pendekatan kualitatif. Menurut Hermawan dan Amirullah (2016), penelitian kualitatif (*qualitative research*) merupakan penelitian yang menjabarkan fenomena dalam bentuk kata-kata dan tidak menggunakan angka serta tidak menggunakan berbagai pengukuran. Hal ini diaplikasikan pada saat peneliti melakukan pengamatan secara langsung untuk mendapatkan data terkait implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada konveksi Rizma Collection.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yakni data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2018), sumber data primer yaitu

sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti terhadap *owner*, karyawan, dan pelanggan atau konsumen konveksi Rizma *Collection* sebagai subjek penelitian ini. Sedangkan data sekunder adalah data-data yang diperoleh dari sumber bacaan dan berbagai sumber lainnya seperti surat-surat pribadi, buku harian, notulen, rapat perkumpulan, sampai dokumen-dokumen resmi dari pemerintah (Arikunto, 2006). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku-buku, jurnal, serta artikel dari situs web sebagai pendukung.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik uji keabsahan data yaitu memperpanjang masa pengamatan, peningkatan ketekunan, dan triangulasi (triangulasi teknik dan triangulasi sumber). Kemudian untuk analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*). (Sugiyono, 2018)

PEMBAHASAN

Rizma *Collection* merupakan unit usaha dagang yang berbentuk konveksi baju. Konveksi Rizma *Collection* didirikan oleh Bapak H. Noor Fuad dan Ibu Hj. Iswati (alm) pada tahun 2010. Dalam operasionalnya, konveksi Rizma *Collection* memproduksi berbagai jenis baju mulai dari baju remaja, dewasa, dan orang tua. Pada awal berdirinya konveksi ini, pemilik menggunakan modal yang seadanya dan hanya memiliki 2 penjahit. Pemasaran yang dilakukan pun masih dalam cakupan sempit dan sekitar Kudus saja. Namun dengan perjuangan, pengorbanan, semangat, dan tekad yang tak pantang menyerah konveksi Rizma *Collection* mampu berkembang dan mencapai kesuksesan. Pemasaran yang dilakukan pun merambah hingga ke luar Kota. Hal tersebut tentunya tidak terlepas dari keahlian dan pengalaman dalam bidang usaha yang dimiliki seorang Bapak H. Noor Fuad selaku pemilik konveksi.

Praktik Bisnis Islam pada Konveksi Rizma *Collection*

Dalam melakukan aktivitas bisnis Islam kita tidak boleh terlepas dari aturan-aturan yang telah ditetapkan Allah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam melakukan akad jual beli, tidak boleh adanya saling keterpaksaan dan ketidaknyamanan sehingga menimbulkan sifat keraguan dalam transaksi jual beli. Pada konveksi Rizma *Collection* sudah memenuhi prinsip dalam bisnis Islam dan syarat yang telah ditetapkan Allah dalam aturan jual beli. Dengan hal tersebut, banyak sekali akhlak dan faktor-faktor keberhasilan dalam jual beli. Misalnya dalam hal kejujuran dan amanah

yang selalu ditanamkan oleh konveksi Rizma *Collection*. Seperti sifat jujur, taqwa, tawakal, adil, ramah, dan sabar yang semestinya dilakukan oleh para pebisnis muslim lainnya yang telah mengerti akan etika dan prinsip dalam bisnis Islam.

a) Jujur (*shiddiq*)

Pada konveksi Rizma *Collection* sudah menerapkan kejujuran dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Hal ini ditunjukkan oleh karyawan yang sedang memberikan pelayanan dengan baik kepada konsumen, kemudian menjawab semua pertanyaan dan memberikan penjelasan secara jujur kepada semua konsumen yang membutuhkan informasi terkait konveksi Rizma *Collection*. Selain itu, sikap kejujuran yang selalu diterapkan oleh karyawan yakni dalam hal melakukan pencatatan hasil jahitan yang dilakukan oleh masing-masing karyawan. Pencatatan yang dilakukan benar-benar sesuai dengan apa yang telah dikerjakan dan untuk masing-masing karyawan pasti berbeda.

Sikap kejujuran sangat menjadi prioritas bagi pebisnis muslim dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Baik pemilik maupun karyawan senantiasa menjunjung tinggi kejujuran utamanya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Informasi yang disampaikan kepada konsumen terkait produk-produk, ataupun kualitas barang yang dihasilkan sesuai dengan keadaan aslinya. Pemilik maupun karyawan tidak pernah melebih-lebihkan informasi yang disampaikan hanya karena ingin menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Selain itu pemilik juga selalu menekankan kepada karyawan agar bersikap jujur dalam melakukan pencatatan hasil produksi yang mereka lakukan. Sebagai pebisnis muslim, kejujuran sangat penting dalam sebuah usaha atau bisnis. Dengan adanya kejujuran, bisnis yang dijalankan akan mendapat keberkahan dari Allah SWT, baik di dunia maupun di akhirat. Dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa konveksi Rizma *Collection* telah menerapkan kejujuran dengan baik dalam praktik bisnis Islam yang dilakukan.

b) Amanah

Agama Islam mengajarkan pebisnis untuk mempunyai sikap amanah baik untuk diri sendiri maupun bagi orang lain, serta tidak pernah meremehkan hak orang yang memberikan amanah. Amanah merupakan suatu tanggung jawab besar bagi seorang pebisnis muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya yang tidak hanya dipertanggung jawabkan di dunia, melainkan di akhirat juga (Zakiyah, 2021). Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, konveksi Rizma *Collection* dalam beberapa aktivitas bisnis sudah menerapkan sifat amanah dengan baik. Hal ini lebih didominasi dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan yang telah dibangun. Untuk menjaga kepercayaan pelanggan, konveksi Rizma *Collection* selalu

menjaga kualitas produk-produk yang dihasilkan. Dengan kualitas yang baik, konsumen akan merasa puas dan percaya terhadap produk-produk yang dihasilkan konveksi Rizma *Collection*. Selain itu untuk pembelian yang dilakukan secara *online* juga diproses secara cepat dan berusaha dikirimkan tepat waktu.

Dalam menjalankan aktivitas bisnis Islam, konveksi Rizma *Collection* selalu menjaga kepercayaan dan amanah dari para pelanggan. Selain menjaga kualitas produk yang dihasilkan, mereka juga melakukan strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Sehingga dengan begitu, para pelanggan akan terus merasa nyaman, percaya penuh terhadap konveksi Rizma *Collection*, serta terus merasa loyal terhadapnya. Pada kegiatan transaksi online juga sangat diperhatikan oleh konveksi Rizma *Collection* dengan memproses pesanan secara cepat dan mengirimkan tepat waktu agar konsumen tetap merasa nyaman dan tidak khawatir. Amanah merupakan sebuah tanggung jawab yang besar yang harus dilakukan oleh setiap pelaku bisnis. Mendapat sebuah kepercayaan dari pelanggan bukanlah hal yang mudah, sehingga apabila sudah mendapatkannya, sudah seharusnya dijaga dengan baik. Karena apabila sekali saja pembeli merasa kecewa maka akan sulit kembali membangun ulang kepercayaan yang telah hilang tersebut. Hal itulah yang menjadi kunci keberhasilan dalam sikap amanah pada aktivitas jual beli yang dilakukan konveksi Rizma *Collection*.

c) Adil

Islam sangat menganjurkan berperilaku adil dan tidak diperbolehkan melakukan kecurangan di dalam bisnis. Keadilan akan menunjang keberhasilan bisnis sedangkan kecurangan merupakan pertanda kehancuran dalam berbisnis. Bersikap adil dapat membuat konsumen merasa aman dan tidak dirugikan (Zakiyah, 2021). Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, konveksi Rizma *Collection* selalu berusaha menerapkan keadilan dalam setiap aktivitas bisnisnya. Keadilan yang dilakukan pemilik tidak hanya terhadap pelanggan namun juga kepada semua karyawan tanpa terkecuali. Hal ini ditunjukkan dengan selalu memberikan pelayanan yang baik kepada semua pelanggan tanpa dibeda-bedakan. Harga yang diberikan juga sama kecuali untuk pembelian secara grosir. Untuk karyawan, gaji yang diberikan untuk setiap karyawan dibedakan sesuai dengan kinerja masing-masing. Namun dalam pemberian uang makan untuk semua karyawan nominalnya sama.

Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, konveksi Rizma *Collection* selalu menerapkan keadilan. Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dilakukan secara sama tanpa pilih-pilih. Semua pembeli memiliki aspek penting dalam menunjang keberhasilan penjualan yang dilakukan. Mereka tidak membedakan perlakuan yang diberikan hanya

melihat dari penampilan dan sebagainya. Harga yang diberikan kepada masing-masing pembeli juga sama. Tidak ada perlakuan khusus dalam hal pemberian harga untuk pembeli yang lebih dekat atau alasan sebagainya. Namun tetap ada harga khusus untuk pembelian secara grosir. Kemudian untuk keadilan terhadap karyawan dapat dilihat dari pemberian gaji yang dilakukan pemilik. Gaji yang diberikan untuk setiap karyawan memang tidak sama karena kinerja yang dilakukan pun berbeda. Pemberian gaji selalu disesuaikan dengan pekerjaan masing-masing karyawan yang telah dilakukan. Namun untuk pemberian uang makan setiap karyawan nominalnya sama. Hal ini sesuai dengan teori yang menyebutkan bahwa dalam praktik bisnis Islam sangat menganjurkan untuk bersikap adil. Prinsip keadilan yang diterapkan merupakan kunci keberhasilan dari suatu usaha. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa penerapan sikap adil pada konveksi Rizma *Collection* telah dilakukan dengan baik.

d) Keramah-tamahan

Berdasarkan prinsip syariah Islam, berbisnis bukan hanya suatu aktivitas ekonomi untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi juga sebagai kegiatan untuk menjalin hubungan yang harmonis antar sesama manusia secara harmonis dan nantinya akan memberikan keuntungan untuk kedua belah pihak. Sikap ramah tamah merupakan sifat terpuji yang juga harus diterapkan kepada setiap orang utamanya pada aktivitas bisnis. Ramah merupakan bentuk penerapan dari rendah hati (Zakiyah, 2021). Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, konveksi Rizma *Collection* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya telah menerapkan sikap ramah-tamah. Hal ini diwujudkan dengan karyawan yang selalu memberikan pelayanan dengan ramah, sopan kepada semua pembeli tanpa terkecuali. Selain itu, karyawan juga menjawab semua pertanyaan pembeli yang ingin memperoleh informasi. Pemilik dan karyawan juga selalu murah senyum terhadap pembeli sehingga pembeli merasa nyaman.

Sikap ramah-ramah juga memiliki peranan yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan suatu bisnis. Bersikap sopan, ramah, murah senyum merupakan hal yang wajib diterapkan oleh pebisnis muslim dalam melakukan perdagangan. Pemilik konveksi Rizma *Collection* juga selalu menekankan kepada semua karyawan untuk selalu bersikap ramah kepada semua pembeli. Apapun yang dibutuhkan pembeli, baik informasi, bantuan, atau hal lain sebisa mungkin untuk dipenuhi agar pembeli tidak merasa kecewa. Dengan adanya sikap ramah-tamah yang selalu diberikan, maka setiap pembeli akan merasa nyaman dan loyal terhadap bisnis kita. Sifat ramah juga merupakan sifat terpuji dalam bisnis Islam yang harus diterapkan. Apabila kita sebagai pemilik bisnis tidak ramah terhadap pembeli, tentunya pembeli akan

mengira kita sombong dan pastinya tidak akan melakukan pembelian ulang. Sehingga dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa konveksi Rizma *Collection* telah menerapkan sifat ramah-tamah dengan baik dalam aktivitas bisnisnya guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

e) Keterbukaan

Ketersediaan pelaku bisnis dalam menerima pendapat dan masukan orang lain yang lebih benar merupakan sikap keterbukaan yang dapat menghidupkan potensi serta meningkatkan inisiatif yang lebih kreatif. Tak hanya dengan sikap keterbukaan, bisnis juga mendorong pelakunya untuk saling menjalin kerjasama dalam pembagian tanggung jawab tanpa adanya perbedaan dalam aktivitas bisnis yang dijalankan (Zakiyah, 2021). Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti, didapati bahwa konveksi Rizma *Collection* telah melakukan sikap keterbukaan dalam beberapa aktivitas bisnisnya. Sikap keterbukaan yang diterapkan dapat dilihat dari sikap pemilik yang bersedia menerima adanya masukan dari pihak manapun demi meningkatkan kelancaran usahanya. Selain itu pemilik selalu terbuka perihal produk yang dijual. Foto produk yang diunggah di *platform online* sebisa mungkin disamakan dengan keadaan sebenarnya. Kemudian untuk pembeli secara *offline* bisa melihat dan mengecek produk secara langsung di tempat sebelum melakukan pembelian, jadi tidak ada kecurangan atau penipuan yang mungkin dilakukan pemilik dalam menyembunyikan kecacatan produk. Semua dilakukan secara terbuka dan terang-terangan.

Semua masukan dan kritik yang bersifat membangun harus bisa diterima dengan baik. Dengan adanya masukan tersebut, bisa diimplementasikan ke bisnis yang dijalankan dan digunakan sebagai bahan untuk melakukan evaluasi jika diperlukan. Dengan melakukan evaluasi, aktivitas bisnis yang dijalankan akan lebih terstruktur dan menjadi lebih baik lagi. Di sisi lain, keterbukaan dalam kualitas produk akan lebih meningkatkan kepercayaan konsumen dan mampu meningkatkan loyalitas mereka.

Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Bisnis Islam yang baik adalah bisnis yang di dalamnya terdapat etika untuk mengendalikan aktivitas bisnisnya. Dengan adanya etika bisnis Islam, suatu bisnis yang dijalankan akan memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada semua konsumen, sehingga memiliki jangka hidup yang panjang. Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan, peneliti memperoleh data terkait implementasi etika bisnis Islam yang telah diterapkan pada konveksi Rizma *Collection*. Etika bisnis Islam yang diterapkan oleh konveksi Rizma *Collection* sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yaitu kesatuan (*unity*), keseimbangan

(*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran: kebajikan dan kejujuran.

a) Kesatuan (*unity*)

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid. Tauhid merupakan ilmu dasar filsafat ekonomi Islam sebagai pedoman dasar dalam melakukan praktik ilmu ekonomi dan keuangan dalam bisnis yang sesuai dengan logika, etik, dan estetik. Tauhid merupakan sistem yang dijalankan dalam mengelola kehidupan yang memiliki hubungan vertikal dengan Tuhan sebagai wujud tunduk pada apapun yang telah menjadi ketetapan-NYA (Aziz, 2013). Konveksi Rizma *Collection* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya telah berusaha menanamkan konsep tauhid/kesatuan. Hal tersebut dilakukan dengan cara selalu mengingat Allah SWT dalam setiap aktivitas melakukan pekerjaan, seperti memberi kebebasan kepada karyawan yang ingin melakukan sholat tepat waktu meskipun pada jam kerja. Pada konveksi Rizma *Collection* juga tersedia mushola untuk karyawan melakukan ibadah sholat. Selain itu, pemilik juga senantiasa menanamkan kejujuran, kebaikan dalam aktivitas bisnis yang dijalankan yakni dengan selalu menyisihkan sebagian laba untuk bersedekah sebagai ungkapan rasa syukur terhadap nikmat yang telah diberikan Allah SWT.

Dalam setiap aktivitas bisnis Islam, sebagai pebisnis muslim kita harus senantiasa mengingat bahwa Allah selalu melihat segala sesuatu yang dilakukan hamba-Nya. Selain menjaga hubungan yang baik antar sesama umat, kita juga tidak boleh lupa untuk selalu menjaga hubungan yang baik dengan sang pencipta. Baik pemilik maupun karyawan konveksi Rizma *Collection* telah menyadari hal tersebut. Mereka tidak lupa untuk tetap menjalankan kewajibannya di sela-sela kesibukan yang mereka jalankan. Hal tersebut selalu dilakukan sebagai wujud rasa syukur akan rezeki dan nikmat yang Allah berikan. Di dalam konveksi Rizma *Collection* juga terdapat tempat sholat agar karyawan merasa nyaman ketika beribadah. Hal tersebut dapat diartikan bahwa penerapan prinsip kesatuan dalam implementasi bisnis Islam telah dilaksanakan dengan baik oleh konveksi Rizma *Collection*.

b) Keseimbangan (*equilibrium*)

Menurut Aziz (2013), Islam sangat menjunjung tinggi keadilan tak terkecuali pada pihak-pihak yang bersifat kontra dalam dunia bisnis. Berperilaku adil akan meningkatkan berbagai kebaikan yang sangat bermanfaat untuk kegiatan bisnis. Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekadar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan. Adil dalam Islam diartikan sebagai perilaku yang mengarahkan seseorang untuk tidak merampas hak-hak orang lain. Dari aspek keseimbangan yang dilakukan oleh pemilik konveksi

Rizma *Collection* tidak hanya diberlakukan kepada karyawan namun juga kepada pelanggan. Pemberian gaji yang diberikan sesuai dengan kinerja masing-masing karyawan. Selain itu semua karyawan juga diberikan uang makan dengan nominal yang sama. Kemudian untuk bentuk keadilan yang berlaku bagi pelanggan dalam bentuk pemberian pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa dibeda-bedakan dan selalu memberikan produk dengan kualitas yang baik. Sebagai bentuk keseimbangan terhadap Allah (urusan akhirat), pemilik konveksi Rizma *Collection* tak lupa untuk menyisihkan sebagian keuntungan untuk bersedekah.

c) Kehendak bebas (*free will*)

Kebebasan merupakan hal penting dalam etika bisnis Islam. Adanya prinsip kebebasan ini tidak digunakan untuk mengganggu dan merugikan kepentingan bersama orang lain. Kehendak bebas disini memiliki arti bahwa Islam sangat memperbolehkan umatnya untuk terus melakukan inovasi dalam bermuamalah khususnya dalam bisnis, namun tetap sesuai dengan syariat-syariat yang telah ditentukan. Dalam Islam, prinsip kehendak bebas memiliki batasan tersendiri, karena potensi kebebasan tersebut sudah ada sejak manusia dilahirkan di dunia ini (Aziz, 2013). Konveksi Rizma *Collection* dalam aktivitas bisnisnya selalu membebaskan diri untuk terus melakukan pengembangan bisnis namun tetap memperhatikan batasan-batasan yang ada. Teori yang ada menyebutkan bahwa kebebasan yang dijalankan tidak boleh merugikan orang lain. Dalam hal ini berarti dengan adanya kebebasan tidak berarti kita dapat melakukan apapun yang kita inginkan. Konveksi Rizma *Collection* selalu berkreasi dan berinovasi dalam mengembangkan bisnisnya di tengah-tengah persaingan bisnis yang ada tanpa merugikan para kompetitornya. Selain itu di sisi pembeli juga diberikan kebebasan dalam memilih produk yang diinginkan.

d) Tanggung jawab (*responsibility*)

Dalam perspektif Islam, tanggung jawab memiliki arti yang majemuk, yakni selain tanggung jawab terhadap diri sendiri juga tanggung jawab terhadap orang lain dan lingkungan sekitar. Tanggung jawab sangat diperlukan di dalam bisnis. Tanpa adanya sikap tanggung jawab, pekerjaan tidak akan berjalan dengan lancar. Prinsip ini sangat berkaitan dengan prinsip kebebasan. Setelah melakukan berbagai kebebasan berinovasi dalam berbisnis, bukan berarti semuanya telah selesai setelah tujuannya tercapai atau telah mendapatkan laba. Semuanya harus dipertanggung jawabkan, baik dalam proses produksi, dalam melakukan transaksi jual beli, membuat perjanjian dengan sesama pelaku bisnis, dan juga tanggung jawab kepada Allah SWT (Aziz, 2013).

Konveksi Rizma *Collection* dalam aktivitas bisnisnya sangat mengedepankan sikap tanggung jawab, baik tanggung jawab kepada karyawan, pelanggan, maupun tanggung jawab kepada Allah SWT. Tanggung jawab terhadap pelanggan berkaitan dengan pelayanan yang diberikan. Diketahui juga bahwa seluruh tim konveksi Rizma *Collection* selalu melakukan pengecekan ulang untuk menghindari adanya barang cacat/rusak. Kemudian untuk foto yang di *upload* di platform jual beli online adalah foto asli sesuai dengan keadaan sebenarnya. Selain itu, bentuk tanggung jawab yang diberikan untuk karyawan dalam hal pemberian gaji yang diberikan tepat waktu seminggu sekali. Sehubungan dengan pentingnya sikap karyawan sebagai wajah dari sebuah usaha, pemilik selalu memberikan motivasi, arahan agar tetap bertanggung jawab dalam bekerja. Disamping tanggung jawab kepada pelanggan dan karyawan, juga bertanggung jawab kepada Allah dengan selalu menjalankan kewajiban lima waktu.

e) Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dalam prinsip ini memiliki arti bahwa etika bisnis Islam sangat menjaga kebenaran dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Hal ini bisa disebut dengan prinsip ihsan, yakni suatu usaha individu untuk sungguh-sungguh bekerja, tanpa kenal menyerah dengan dedikasi penuh menuju optimalisasi, sehingga mendapat hasil yang maksimal (Aziz, 2013). Menurut Alma dan Priansa (2009), dalam melakukan aktivitas, seorang muslim harus sadar bahwa Allah selalu melihat dan mengawasi apa yang dikerjakan sehingga dalam melakukan aktivitas selalu berusaha melakukan dengan yang terbaik. Berdasarkan hasil penelitian, konveksi Rizma *Collection* selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk semua pelanggannya agar tetap merasa nyaman, puas, dan loyal. Mulai dari memberikan foto produk yang sesuai kenyataan, memberikan diskon untuk pelanggan yang sering melakukan pembelian secara berulang, selalu memberikan pelayanan yang baik, sopan, ramah, dan murah senyum. Disamping itu, juga terdapat *mushola* khusus untuk beribadah kepada Allah SWT.

Faktor Penghambat Penerapan Etika Bisnis Islam dan Solusinya

Dalam menjalankan aktivitas bisnis tentunya tidak terlepas dari banyaknya tantangan dan hambatan. Bagi pebisnis muslim, hambatan terbesar yaitu bagaimana menjalankan aktivitas bisnis dengan tetap berpegang pada nilai-nilai Islam di tengah-tengah suasana bisnis dalam sistem kapitalis yang cenderung menghalalkan segala cara (Yusanto & Widjajakusuma, 2008). Bisnis yang baik yakni bisnis yang menerapkan nilai-nilai islami dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dan selalu bertanggung jawab penuh. Dengan begitu bisnis akan selalu berkembang dengan baik. Namun dalam menerapkan sebuah etika bisnis Islam memang tidak mudah, banyak hambatan yang akan ditemui dalam penerapannya.

Hambatan tersebut akan mengakibatkan suatu hal yang telah dilaksanakan tidak akan berjalan secara efektif. Dalam berbisnis tentu akan menemui berbagai hambatan, tak terkecuali dalam penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada konveksi Rizma *Collection*.

Beberapa hambatan yang muncul dalam penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan beberapa diantaranya adalah kurangnya pemahaman dan penerapan nilai-nilai Islami secara menyeluruh dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, produk yang dijual belikan juga masih ada yang tidak tertutup, selain itu juga kurang efektifnya pelayanan yang diberikan ketika banyaknya pesanan yang masuk dengan permintaan estimasi penyelesaian secara bersamaan sehingga merasa terpontal dan tidak dapat menyelesaikannya secara tepat waktu dan mengakibatkan pelanggan sedikit kecewa.

a) Kurangnya pemahaman dan penerapan nilai-nilai Islam

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa penerapan nilai-nilai Islam pada konveksi Rizma *Collection* masih kurang dijalankan dengan maksimal meskipun dalam perkara ibadah sholat yang merupakan kewajiban bagi seluruh umat muslim sudah dijalankan. Pemilik juga mengakui bahwa dirinya belum sepenuhnya mengakui dan menerapkan nilai-nilai Islam secara penuh dalam bisnisnya. Namun dengan demikian, pemilik selalu berusaha untuk menghindari aktivitas-aktivitas bisnis yang tidak diperbolehkan dalam Islam.

b) Produk yang dihasilkan

Produk yang dihasilkan oleh konveksi Rizma *Collection* tidak sepenuhnya merupakan fashion muslimah. Hal ini dikarenakan yang menjadi target pasarnya adalah wanita umum secara keseluruhan, bukan hanya wanita muslimah. Namun pada kenyataannya, jenis produk gamis selalu yang menjadi *best seller*. Hal tersebut dikarenakan seringnya memproduksi gamis dengan berbagai model yang sangat menarik.

c) Kurang efektifnya pelayanan ketika banyak permintaan

Setiap pelaku bisnis tentu berusaha untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk semua konsumen tanpa terkecuali. Hal tersebut dilakukan agar pembeli selalu merasa nyaman dan terus bersikap loyal terhadap bisnis kita. Namun setiap manusia tentu mempunyai batasan kemampuan masing-masing yang tidak dapat dipaksakan. Hal ini terlihat ketika banyaknya pesanan yang datang dengan jangka waktu penyelesaian secara bersamaan tentu tidak mudah dilakukan. Semua produksi tetap dilakukan menyesuaikan kapasitas sumber daya manusia yang dimiliki. Sehingga pada saat penyelesaian terkadang kurang bisa tepat waktu (*on time*) sesuai permintaan pelanggan. Meskipun demikian, prinsip tanggung jawab

tetap dilakukan dengan mengkonfirmasi ulang pelanggan dan meminta perpanjangan waktu penyelesaian.

Berbagai faktor penghambat dalam penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada konveksi Rizma *Collection* dapat diatasi dengan adanya solusi. Menurut Abdullah (2014), dalam mencari solusi untuk mengurangi hambatan yang terjadi tidak boleh menyimpang dari prinsip bisnis syariah. Solusi yang digunakan konveksi Rizma *Collection* dalam menghadapi faktor penghambat penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1) Terus belajar mengelola bisnis dengan baik sesuai ajaran Islam
- 2) Selalu mengarahkan dan memberi contoh kepada karyawan agar selalu menerapkan etika bisnis Islam dalam bekerja

Selalu melakukan inovasi dan strategi agar pelanggan tetap loyal dan membatasi diri untuk tidak mencari keuntungan dengan melakukan aktivitas bisnis yang dilarang Islam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan” (Studi pada Konveksi Rizma *Collection*), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik bisnis Islam yang dijalankan konveksi Rizma *Collection* telah dilakukan sesuai aktivitas bisnis Islam berdasarkan etika bisnis Islam yakni dalam aspek kejujuran, sikap amanah, adil, keramah-tamahan, dan keterbukaan.
2. Implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan telah diterapkan cukup baik meskipun masih ada kekurangan pada salah satu prinsip. Hal itu meliputi aspek kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran: kebajikan dan kejujuran. Sedangkan kekurangannya terletak pada prinsip tanggung jawab terhadap pelanggan yang disebabkan oleh kekecewaan yang timbul ketika pesannya tidak bisa jadi tepat waktu sesuai yang diinginkan. Hal ini dikarenakan banyaknya pesanan yang masuk dengan permintaan waktu penyelesaian secara bersamaan.
3. Faktor penghambat yang terjadi dalam proses implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada konveksi Rizma *Collection* diantaranya adalah kurangnya pemahaman dan penerapan nilai-nilai Islam secara lebih mendalam oleh pemilik konveksi Rizma *Collection*, produk yang dijual belikan tidak semuanya tertutup karena target pasarnya masih wanita pada umumnya dan bukan muslimah saja, serta kurangnya tanggung jawab ketika banyaknya pesanan yang

masuk dengan permintaan penyelesaian secara bersamaan sehingga tim merasa terpondal dan tidak bisa selesai tepat waktu. Solusi yang bisa digunakan untuk bisa mengurangi hambatan yang terjadi dalam implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada konveksi Rizma *Collection* adalah terus mempelajari tentang pengelolaan bisnis yang baik sesuai ajaran Islam, selalu memberi arahan dan contoh kepada karyawan agar selalu menerapkan etika bisnis Islam dalam bekerja, serta melakukan inovasi dan membuat strategi agar pelanggan tetap merasa loyal dan membatasi diri untuk mencari keuntungan dengan melakukan aktivitas bisnis yang dilarang Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayu, D., & Anwar, S. (2022). Etika Bisnis Ekonomi Islam Dalam Menghadapi Tantangan Perekonomian Di Masa Depan. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), 52–61.
- Aziz, A. (2013). *ETIKA BISNIS PERSPEKTIF ISLAM Implementasi Etika Bisnis Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta.
- Badroen, F., Mjufraeni, M. A., Suhendra, & Bashori, A. D. (2006). *Etika Bisnis dalam islam*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Fauzia, I. Y. (2013). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mannan, A., & Ratih, I. wasti. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro/UMKM. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 132–147.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
- Silviah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96–112. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.295>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wardani, Y. M., & Ridlwan, A. A. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, XII(1), 37–52.
- Yusanto, M. I., & Widjajakusuma, M. K. (2008). *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Zakiah, M. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam pada Bisnis Se Manis di Situbondo. *Al-Idarah*, 2(2), 75–89.