

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritik

1. Pengertian etika bisnis Islam

Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat di anjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Rasulullah saw, sendiri pun telah menyatakan, bahwa 9 dari 10 pintu rejeki adalah melalui pintu berdagang (hadis). Artinya, melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezki akan dapat dibuka, sehingga karunia Allah swt, terpancar kepadanya (Veithzal,dkk, 2012: 31-32).

Etika bisnis Islam adalah landasan normatif yang bersumber dari ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan sunnah Nabi Muhammad saw, sehingga acuan bagi pelaku bisnis untuk menjalankan atau mengelola bisnis secara alami (Muslich, 2004: 30). Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai kebenaran, kejujuran, keadilan, kebebasan, dan pertanggungjawaban dalam realita bisnis. Etika bisnis Islam merupakan pemahaman nilai-nilai etika secara mendalam terhadap pandangan Al-Qur'an tentang bisnis, pengembangan etika bisnis, serta relevansinya dalam membangun aktivitas bisnis yang islami.

Dalam mendekati hubungan pemasaran berdasarkan etika bisnis Islam yang digunakan oleh perbankan syariah, untuk menciptakan kepuasan pada nasabah serta komitmen kepercayaan

yang kuat, sebagai ukuran untuk mengetahui pentingnya sebuah hubungan untuk tetap dijaga. Pada akhirnya, tercipta pula konsekuensi timbal balik berupa perilaku untuk secara intensif berhubungan dengan perusahaan berupa *customer retention*.

Begitu pentingnya kegiatan bisnis dalam kehidupan manusia, tidak heran jika Islam yang bersumber pada al-Qur'an dan Sunnah memberi tuntunan dalam bidang bisnis. Etika bisnis sangat penting untuk dikemukakan dalam era globalisasi yang seringkali mengabaikan nilai-nilai moral dan etika. Karena itu, Islam menekankan agar aktifitas bisnis manusia dimaksudkan tidak semata-mata sebagai alat pemuas keinginan dan kebutuhan hidup saja, tetapi lebih pada upaya pencarian kehidupan berkeselimbangan disertai perilaku positif sesuai etika bisnis dalam Islam. Suatu bisnis akan bernilai apabila dapat memenuhi kebutuhan material dan juga kebutuhan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Akan tetapi mengandung nilai keadilan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebajikan dan kejujuran. Ada beberapa prinsip dasar dalam etika bisnis Islam di antaranya ;

a. Keadilan ('*adl*)

Kesadaran dan pelaksanaan untuk memberikan kepada pihak lain sesuatu yang sudah semestinya harus diterima oleh pihak lain itu, sehingga masing-masing pihak mendapatkan

kesempatan yang sama untuk melaksanakan *hak* dan *kewajibannya* tanpa mengalami rintangan atau paksaan. Member dan menerima yang selaras dengan *hak* dan *kewajiban* (Zubair,1987: 67-68).

Ada 4 macam wujud keadilan (Aristotle- Notonagoro dalam Zubair, 1987: 68) :

- 1) Keadilan Tukar-menukar
- 2) Keadilan Distribusi atau Membagi
- 3) Keadilan Sosial
- 4) Keadilan Hukum.

Prinsip keadilan menuntut agar tiap orang diperlakukan sama, sesuai dengan aturan yang adil & sesuai dengan kriteria rasional objektif & dapat dipertanggung jawabkan, menuntut agar tiap orang dalam kegiatan bisnis, dalam relasi eksternal atau internal perusahaan perlu diperlakukan sesuai dengan hak masing-masing, Menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

Bertindak secara adil berarti mengetahui hak dan kewajiban, mengerti mana yang benar dan yang salah, bertindak jujur dan tepat menurut peraturan dan hukum yang telah ditetapkan serta tidak bertindak sewenang-wenang. Keadilan pada dasarnya terletak pada keseimbangan atau keharmonisan antara penuntutan hak dan menjalankan kewajiban. Berdasarkan segi etis, manusia diharapkan untuk tidak hanya menuntut hak dan melupakan atau

tidak melaksanakan kewajibannya sama sekali. Sikap dan tindakan manusia yang semata-mata hanya menuntut haknya tanpa melaksanakan kewajibannya akan mengarah pada pemerasan atau perbudakan terhadap orang lain.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Maidah [5] : 8

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوَّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
شَتَانُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَآٓءٍ اَلَّا تَعْدِلُوْا اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ اِنَّ اللّٰهَ
خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu menjadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berilaku tidak adil. Berlaku adillah kerana adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS.Al-Maidah [5] : 8)*

Keseimbangan atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Hukum dan tatanan yang kita lihat

pada alam semesta mencerminkan keseimbangan yang harmonis (Beekun, 1997: 23.) Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis.

Masalah keadilan berkaitan secara timbal balik dengan kegiatan bisnis, khususnya bisnis yang baik dan etis. Di satu pihak terwujudnya keadilan dalam masyarakat akan melahirkan kondisi yang baik dan kondusif bagi kelangsungan bisnis yang baik dan sehat (Keraf, 2007: 137).

Keadilan dalam ekonomi Islam terdapat beberapa prinsip di antaranya ;

1) Berbasis Tauhid

Tauhid menjadi pondasi utama ekonomi Islam, mempunyai hubungan kuat dengan konsep keadilan sosial ekonomi dan persaudaraan. Ekonomi Tauhid yang mengajarkan bahwa Allah sebagai pemilik mutlak dan manusia hanyalah sebagai pemegang amanah, mempunyai konsekuensi, bahwa di dalam harta yang dimiliki setiap individu terdapat hak-hak orang lain yang harus dikeluarkan sesuai dengan perintah Allah, berupa zakat, infaq dan sedekah dan cara-cara lain guna melaksanakan pendistribusian pendapatan yang sesuai dengan konsep persaudaraan umat manusia.

2) Distribusi kesejahteraan yang merata

Selanjutnya, dalam rangka mewujudkan cita-cita keadilan sosial ekonomi, Islam secara tegas mengecam konsentrasi asset kekayaan pada sekelompok tertentu dan menawarkan konsep zakat, infaq, sedekah, waqaf dan institusi lainnya, seperti pajak, jizyah, dharibah, dan sebagainya. Al-Quran dengan tegas mengatakan, *“Supaya harta itu tidak beredar di kalangan orang kaya saja di antara kamu”* (QS.Al-Hasyr [59]: 7), *“Di antara harta mereka terdapat hak fakir miskin, baik peminta-minta maupun yang orang miskin malu meminta-minta”* (QS.Al-Ma’arij [70]: 24).

Konsep pertumbuhan ekonomi dalam Islam berbeda dengan konsep pertumbuhan ekonomi kapitalisme yang selalu menggunakan indikator PDB (Produk Domestik Bruto) dan perkapita. Dalam Islam, pertumbuhan harus seiring dengan pemerataan. Tujuan kegiatan ekonomi, bukanlah meningkatkan pertumbuhan sebagaimana dalam konsep ekonomi kapitalisme. Tujuan ekonomi Islam lebih memprioritaskan pengentasan kemiskinan dan pengurangan pengangguran. Karena itu, Islam menekankan keseimbangan antara pertumbuhan dan pemerataan. Pertumbuhan bukan menjadi tujuan utama, kecuali dibarengi dengan pemerataan. Dalam konsep Islam, pertumbuhan dan pemerataan merupakan dua sisi dari sebuah

entitas yang tak terpisahkan, karena itu keduanya tak boleh dipisahkan.

3) Prinsip Jaminan sosial (*Social Security*)

Dalam sistem ekonomi Islam, keadilan sosial dipandang tidak akan mungkin tercapai tanpa adanya prinsip ini. Prinsip Jaminan sosial atau at Takaful ijtima'i yang dimaksud dalam hal ini adalah keadaan dimana setiap orang dalam masyarakat saling menjamin dan menanggung beban kemaslahatan sesama. Prinsip ini banyak disebutkan dalam al Qur'an maupun Hadits Nabi Shallallahu 'Alaihi Wasallam, di antaranya,

أَرَأَيْتَ الَّذِي يُكَذِّبُ بِالدِّينِ ﴿١﴾
فَذَلِكَ الَّذِي يَدْعُ الْيَتِيمَ ﴿٢﴾
وَلَا تَحْضُ عَلَىٰ طَعَامِ الْمِسْكِينِ ﴿٣﴾

Artinya:

“Tidakkah Kamu melihat orang yang mendustakan agama? Mereka adalah orang-orang yang membiarkan anak yatim dan mereka juga tidak member makan orang-orang miskin”(QS. Al-Ma'un [107]: 1-3). Rasulullah juga bersabda, *“perumpamaan orang-orang beriman itu dalam kasih sayang, sebagaimana batang tubuh, jika salah satu anggota tubuh itu*

sakit, maka anggota tubuh yang lain juga merasakan demam”
(HR. Bukhari dan Muslim).

Namun begitu, Menurut Chapra mengutip pendapat Imam Ghazali, sekalipun ilmu ekonomi Islam tetap berkonsentrasi pada aspek alokasi dan distribusi sumber-sumber daya, seperti halnya pada ilmu ekonomi konvensional, namun tujuan utama ekonomi Islam adalah harus tetap merealisasikan maqashid, sebab tujuan utama syari'ah adalah mendorong kesejahteraan manusia, yang terletak dalam perlindungan terhadap agama mereka (*diin*), diri (*nafs*), akal (*'aql*), keturunan (*nasl*), harta benda (*maal*). Apa saja yang menjamin terlindungnya lima perkara tersebut berarti melindungi kepentingan dan kemaslahatan umum. Tentang kaitan antara hukum-hukum syariah dengan kemaslahatan manusia banyak dibahas oleh para ulama diantaranya Imam Al-Izz bin Abdul Salam, dalam kitab beliau Qawaid al-Ahkam fi Masalih al-Anam. (<http://puzzleminds.com/ekonomi-islam-dan-keadilan-sosial/Jum'at>, tanggal 30 januari 2015).

b. Kehendak Bebas (*free will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif

berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Sampai pada tingkat tertentu, manusia dianugerahi kehendak bebas untuk memberi arahan dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai khalifah di muka bumi (QS. al-Baqarah [2]: 30)

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً
قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ
نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

Artinya: “Ingatlah ketika Tuhan-mu berfirman kepada para malaikat, “sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi”. Mereka berkata, “Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan menyucikan Engkau:” Tuhan berfirman, “sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.” (QS Al-Baqarah [2]:30).

Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini, manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati janji atau mengingkarinya. Tentu saja seorang muslim yang percaya kepada kehendak Allah akan memuliakan semua janji yang dibuatnya. (Beekun,1997: 24).

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kebebasan untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah Swt menurunkan ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan

bahwa manusia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah Swt. Manusia diberikan akal pikiran untuk dapat membuat keputusan sesuai dengan apa yang diinginkan. Hal terpenting, dengan menggunakan akal pikiran, manusia dapat memilih perilaku etis atau tidak etis yang akan dijalkannya (Beekun.2004: 38). Hanya karena kebebasan, seseorang bisa dituntut untuk bertindak secara etis. Dalam bisnis, bersikap bebas atau otonom mutlak diperlukan, karena sikap ini dapat memberikan nuansa tersendiri bagi para pelaku bisnis, sehingga para pelaku bisnis leluasa memperlihatkan keikutsertaan dalam kegiatan bisnis. Kebebasan terdapat dalam firman Allah QS. Al-Kahfi [18] ayat 29

وَقُلِ الْحَقُّ مِن رَّبِّكُمْ ۖ فَمَن شَاءَ فَلْيُؤْمِن وَمَن شَاءَ فَلْيُكْفُرْ ۗ إِنَّا أَعْتَدْنَا
 لِلظَّالِمِينَ نَارًا أَحَاطَ بِهِمْ سُرَادِقُهَا ۚ وَإِن يَسْتَغِيثُوا يُغَاثُوا بِمَاءٍ كَالْمُهْلِ
 يَشْوِي الْوُجُوهَ ۚ بِئْسَ الشَّرَابُ وَسَاءَتْ مُرْتَفَقًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Dan katakanlah, ”kebenaran itu datangnya dari Tuhan-mu; maka barang siapa yang ingin beriman, hendaklah ia beriman, dan barang siapa yang ingin kafir biarlah ia kafir.” Sesungguhnya kami telah sediakan bagi orang-orang zalim itu neraka, yang gejolaknya mengepung mereka. Dan jika mereka meminta minum, niscaya mereka akan diberi minum dengan air seperti besi yang mendidih yang menghanguskan muka. Itulah minuman yang paling buruk dan tempat istirahat yang paling jelek” (QS A-l-Kahfi [18]: 29).

Di bawah ini merupakan beberapa pengertian mengenai kebebasan sebagai berikut:

- 1) Kebebasan fisik, kebebasan dalam hal ini berarti tiada paksaan atau rintangan dari pihak lain. Orang menganggap dirinya bebas dalam arti ini, jika bisa melakukan sesuatu tanpa hambatan apapun.
- 2) Kebebasan psikologis, kebebasan psikologis dapat diartikan sebagai kemampuan yang dimiliki manusia untuk mengembangkan dan mengarahkan hidupnya. Kemampuan ini menyangkut kehendak, bahan merupakan cirri khasnya. Kebebasan ini berkaitan erat dengan kenyataan bahwa manusia adalah makhluk berasio. Ia bisa berfikir sebelum bertindak.
- 3) Kebebasan yuridis, kehendak yang berkaitan erat dengan hukum dan harus dijamin oleh hukum. Kebebasan yuridis ini merupakan sebuah aspek dari hak-hak manusia, karena dalam setiap hak manusia mengandung kemungkinan untuk melakukan perbuatan-perbuatan tertentu dengan bebas dan tidak terganggu. (K.Bertens.2007: 103)

c. Tanggung jawab (*Responsibility*)

Prinsip tanggung jawab adalah mengandaikan bahwa suatu tindakan dilakukan dengan sadar dan tahu sehingga seseorang hanya dpt dituntut kalau ia bertindak sadar dan tahu tentang konsekuensi tindakannya. Tanggung jawab juga mengandaikan kebebasan. Tanggung jawab hanya mungkin relevan dituntut dari seseorang, kalau tindakannya itu dilakukan secara bebas.

Tanggung jawab mensyaratkan bahwa orang yang melakukan tindakan tertentu memang mau dan bersedia melakukan tindakan itu.

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal mustahil, lantaran tidak menuntut tanggung jawab. Menurut Al-Ghozali, konsep adil meliputi hal bukan hanya equilibrium tapi juga keadilan dan pemerataan. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya. Allah menekankan konsep tanggung jawab moral tindakan manusia. Karena itu menurut Sayyid Qutub prinsip pertanggungjawaban Islam adalah pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya (Beekun, 1997: 103). Islam mengajarkan bahwa setiap manusia perlu mempertanggung jawabkan setiap perbuatan yang dilakukannya, untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan.

Firman Allah dalam QS. Al-Muddatstsir [74] ayat 38

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ﴿٣٨﴾

Artinya: “Tiap-tiap diri bertenggang jawab atas apa yang telah diperbuatnya” (QS Al-Muddatstsir [74]: 38)

Tanggung jawab sangat penting untuk di terapkan dalam kegiatan bisnis, karena sikap tanggungjawab yang digunakan sebagai landasan etis untuk menjadi rambu-rambu yang disepakati bersama dalam mencapai hubungan yang harmonis antara konsumen dan masyarakat. Bertanggungjawab adalah perbuatan yang menjunjung tinggi etika dan moral, bagi para pebisnis sikap yang sangat mendasar adalah kebebasan dan bertanggung jawab, yaitu:

- 1) Tanggung jawab kepada dirinya sendiri, tanggungjawab kepada hati nurani. Apakah ia sudah bekerja sesuai dengan hati nuraninya sebagai pelaku bisnis yang baik dan bertanggungjawab atau sebaliknya.
- 2) Tanggung jawab kepada pemberi amanah, dapat disamakan dengan tanggung jawab kepada orang ataupun pihak-pihak yang telah mempercayakan kegiatan bisnis padanya. Sehingga ia akan terus menjaga kepercayaan itu dan tentunya adanya pertanggungjawaban yang diberikan pada orang yang telah memberikan kepercayaan itu.
- 3) Tanggung jawab kepada orang terlibat, dapat dicontohkan sebagai tanggung jawab kepada atasan pada bawahan (karyawan), apakah sebagai atasan, telah memperhatikan hak-hak para bawahan, seperti gaji,

cuti, bonus, tunjangan, kenaikan pangkat, sudah sesuai dengan hak atau prestasi yang telah diberikan.

- 4) Tanggung jawab kepada para pelanggan dan masyarakat, tanggungjawab kepada konsumen. Dalam dunia bisnis, seseorang produsen tidak dapat di pisahkan dari konsumen. Seseorang konsumen harus diperlakukan dengan baik secara moral. Hal ini bukan hanya karena tuntunan etis, melainkan prasyarat mutlak untuk mencapai keberhasilan dalam bisnis (Mahmoeddin.1996: 81-82)

d. Kebenaran

Prinsip kebenaran memiliki implikasi mendalam bagi perilaku bisnis. Seorang pelaku bisnis hendaknya jujur, teguh, benar, dan lurus dalam semua perjanjian bisnisnya. Tidak ada ruang untuk penipuan, bicara bohong, dan iklan yang menipu dalam bingkai bisnis Islam. Amanah merupakan prinsip etika fundamental Islam, yang esensinya adalah rasa tanggung jawab, dengan prinsip amanah pelaku bisnis tidak akan berbuat yang membahayakan atau menghancurkan masyarakat atau lingkungannya. Selanjutnya Islam juga sangat menekankan pada pentingnya keikhlasan dalam niat dan perilaku dalam setiap langkah kehidupan. Keikhlasan mengakibatkan kerja lebih efisien dan produktivitas lebih tinggi, serta mengurangi manipulasi atau

eksploitasi orang lain untuk alasan-alasan personal. Aktivitas-aktivitas bisnis juga harus bisa membentuk sikap pelaku bisnis yang tidak memandang ras, warna kulit, suku, kasta, atau bahasa, serta harus bisa menumbuhkan pengetahuan bagi pihak-pihak terkait.

Menurut A. Sony, Keraf (2007: 74-81) dalam dunia bisnis kebenaran menemukan wujudnya dalam tiga aspek, yaitu :

- 1) Kebenaran terwujud dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak.
- 2) Kebenaran menemukan wujudnya dalam penawaran barang dan jasa dengan mutu yang baik
- 3) Kebenaran menyangkut pula hubungan kerja dalam perusahaan.

Dalam ketiga aspek wujud kebenaran tersebut terkait dengan erat dengan kepercayaan, karena kepercayaan yang dibangun di atas prinsip kebenaran yang meliputi kejujuran dan kebajikan, merupakan modal pasar usaha yang akan mengalirkan keuntungan yang berlimpah. Keuntungan merupakan symbol kepercayaan dan tanda terima kasih masyarakat dan mitra bisnis atas kejujuran kegiatan bisnis.

Dalam Al-Qur'an , kebenaran yang mengandung kebajikan dan kejujuran dapat diambil dari penegasan keharusan menunaikan atau memenuhi perjanjian atau transaksi bisnis. Sebagaimana tercantum dalam Firman Allah Swt, QS. Al-Araaf [7] ayat 85

وَالِى مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا ۗ قَالَ يَنْقُورِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنِّ إِلَهِ غَيْرُهُ ۗ^ط
 قَدْ جَاءَكُمْ بَيِّنَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ ۗ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخُسُوا
 النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُمْسِكُوا بِعِصَمِ الْكَيْلِ ۗ وَلَا تَتَّبِعُوا أَهْوَاءَ قَوْمٍ قَدْ عَصَا رَبُّهُمُ فَطَفَرُوا بِهَا عَصَافًا وَأَكْبَرُوا ۗ وَتَبَخَّسُوا
 لَكُمْ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۗ

Artinya: “Dan (kami telah mengutus) kepada penduduk Madyan saudara mereka, Syu’ayd. Ia berkata, ”Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada tuhan bagimu selain –Nya. Sesungguhnya telah datang kepada mubukti yang nyarta dari Tuhan-mu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan, dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman” (QS Al-Araaf [7]: 85).

Paparan mengenai keadilan (*‘adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*), dan kebenaran, memperlihatkan adanya suatu bangunan bisnis yang ideal apabila di tompang oleh keempat prinsip tersebut. Dengan menerapkan etika bisnis sebagai landasan operasional bisnis demi tercapainya tujuan suatu perusahaan, maka diharapkan akan timbul kepuasan pelanggan yang anntinya akan mengarah pada *customer retention*.

e. *Customer Retention* (Retensi Pelanggan)

Perusahaan yang membina hubungan dengan pelanggan sesungguhnya memiliki alasan utama, yakni motif ekonomi. Pendapatan perusahaan akan semakin tinggi jika mereka mampu mengolah *baseline* pelanggan untuk mengidentifikasi, memuaskan dan berhasil mempertahankan pelanggan. Meningkatnya tingkat retensi konsumen secara otomatis akan meningkatkan jumlah konsumen yang dimiliki oleh sebuah organisasi. Demikian pula dengan meningkatnya tingkat retensi pelanggan (atau berkurangnya tingkat defleksi pelanggan) akan meningkatkan kesetiaan konsumen yang di sebut dengan *customer tenure*. *Tenure* adalah istilah yang menunjukkan lamanya pelanggan bertahan pada perusahaan. Semakin tinggi tingkat retensi pelanggan, maka semakin tinggi pula kesetiaan mereka kepada perusahaan.

Kemampuan perusahaan dalam mengelolah retensi dan kesetiaan pelanggan akan membawa dua keuntungan kepada perusahaan sekaligus, yaitu (Buttle,2004:25) :

- 1) Biaya pemasaran dapat ditekan. Perusahaan tidak perlu mengeluarkan dana tambahan untuk mencari pengganti pelanggan yang pergi/ memutuskan hubungan.
- 2) Seiring dengan meningkatnya kesetiaan pelanggan. Perusahaan juga semakin mampu memahami

kemauan para pelanggan, sehingga perusahaan dapat menyediakan barang dan jasa secara efektif dan menguntungkan.

Seiring dengan semakin mendalamnya hubungan dengan konsumen, kepercayaan dan komitmen kedua pihak akan berkembang dengan sendirinya. Dengan kondisi demikian, pemasukan dan laba yang berasal dari dompet konsumen akan semakin stabil.

Dari uraian diatas tentang etika dan pendekatan etika secara Islam, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian etika bisnis islam adalah suatu landasan dalam menjalankan bisnis yang tidak bertentangan dengan ajaran-ajaran yang terdapat dalam Al-Qur'an dan sunnah. Etika bisnis Islam dalam penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan aspek-aspek yang seharusnya menjadi panutan bagi pelaku bisnis.

Pertama, prinsip keadilan. Keadilan adalah suatu usaha yang harus dilakukan setiap pelaku bisnis, dalam memenuhi hak-hak yang seharusnya didapatkan oleh konsumen secara adil. Kedua, prinsip kehendak bebas. Kehendak bebas adalah suatu usaha yang dilakuna oleh pelaku bisnis secara bebas, namun dapat dipertanggungjawabkan. Ketiga, prinsip tanggungjawab. Tanggungjawab adalah aspek yang wajib diberikan oleh pelaku

bisnis pada konsumen dalam setiap kegiatan bisnis. Keempat, prinsip kebenaran. Kebenaran adalah sejauh mana usaha-usaha yang seharusnya dilakukan oleh pelaku bisnis, sesuai dengan ajaran A-I-Qur'an dan Hadits.

B. Penelitian Terdahulu

1. “Analisis *Anteseden relationship comimitment* dan pengaruh terhadap *customer retention* (studi kasus pada karaoke Inul Vista di Surakarta) oleh Paramita Indra Pajar Suryani. Skripsi fakultas ekonomi manajemen Universitas Sebelas Maret Solo 2011”.

Penelitian yang dilakukan peneliti ini termaksud dalam jenis penelitian survey, yang mencoba membuktikan antesenden *relationship commitment* terhadap *customer retention* dengan *relationship commitment* sebagai mediasi.

Hasil penelitian ini menggunakan 11 variabel diantaranya: *kualitas Teknikal, kualitas Fungsional, Efektivitas Komunikasi, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Relationship Commitment, Customer Retention*. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: kualitas teknis berpengaruh signifikan pada *relationship commitment* dan juga berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen, kualitas fungsional berpengaruh signifikan pada *relationship commitment* dan juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, efektifitas komunikasih berpengaruh signifikan pada *relationship commitment* dan juga berpengaruh signifikan pada

kepuasan konsumen, kepercayaan berpengaruh signifikan pada *relationship commitment*, kepuasan konsumen signifikan pada *relationship commitment* dan juga berpengaruh signifikan pada kepercayaan, *relationship commitment* berpengaruh signifikan pada *customer retention*, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan pada *customer retention*.

2. “Penerapan Etika Bisnis Islami Di Bank Syariah (Study Kasus PT.BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta) oleh Dani Atmaja. Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta 2012.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dikuantitatifkan. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwasannya PT. BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta menerapkan 5 konsep etika dalam bisnis Islami yaitu: konsep kesatuan, keadilan, kebebasan, tanggung jawab, dan kebajikan. Etika yang diterapkan oleh PT BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta belum sepenuhnya sesuai dengan nilai-nilai Islami, dikarenakan masih adanya dana pengendapan dari pembukaan rekening di bank konvensional. Strategi yang digunakan oleh PT BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta dalam menerapkan etika bisnis Islami yaitu dengan meningkatkan kualitas karyawannya dengan mengadakan dklat-diklat pembekalan teori baik tentang aqidah, akhlaq, muamalah, prinsip-prinsip syariah maupun tentang

produk-produk BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta yang diadakan dalam 2 minggu sekali yang bertepatan pada hari sabtu oleh DPS secara bergiliran.

3. “Pengaruh penerapan *customer retention strategies (financial bonds and social bonds)* terhadap pembentukan kepuasan pelanggan pada celebrity fitness Indonesia cabang Botani Square Bogor oleh Wahyu Putranto. Skripsi Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia Depok 2012.

Penelitian ini menggunakan paradigma *positivis* (klasik). Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini bersifat eksplanatif yaitu berusaha memberikan penjelasan tentang mengapa sebuah kejadian atau gejala terjadi. Penelitian ini mencoba untuk melihat pengaruh antara variabel *customer retention strategies* dengan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan aktif *Celebrity Fitness* Indonesia Cabang Botani Square Bogor. Pada penelitian ini sampel yang dipakai adalah pelanggan/ member yang aktif pada *Celebrity fitness* cabang Botani Square Bogor dan merasakan langsung strategi-strategi mempertahankan pelanggan yang diterapkan *Celebrity Fitness* dicabang Botani Square Bogor.

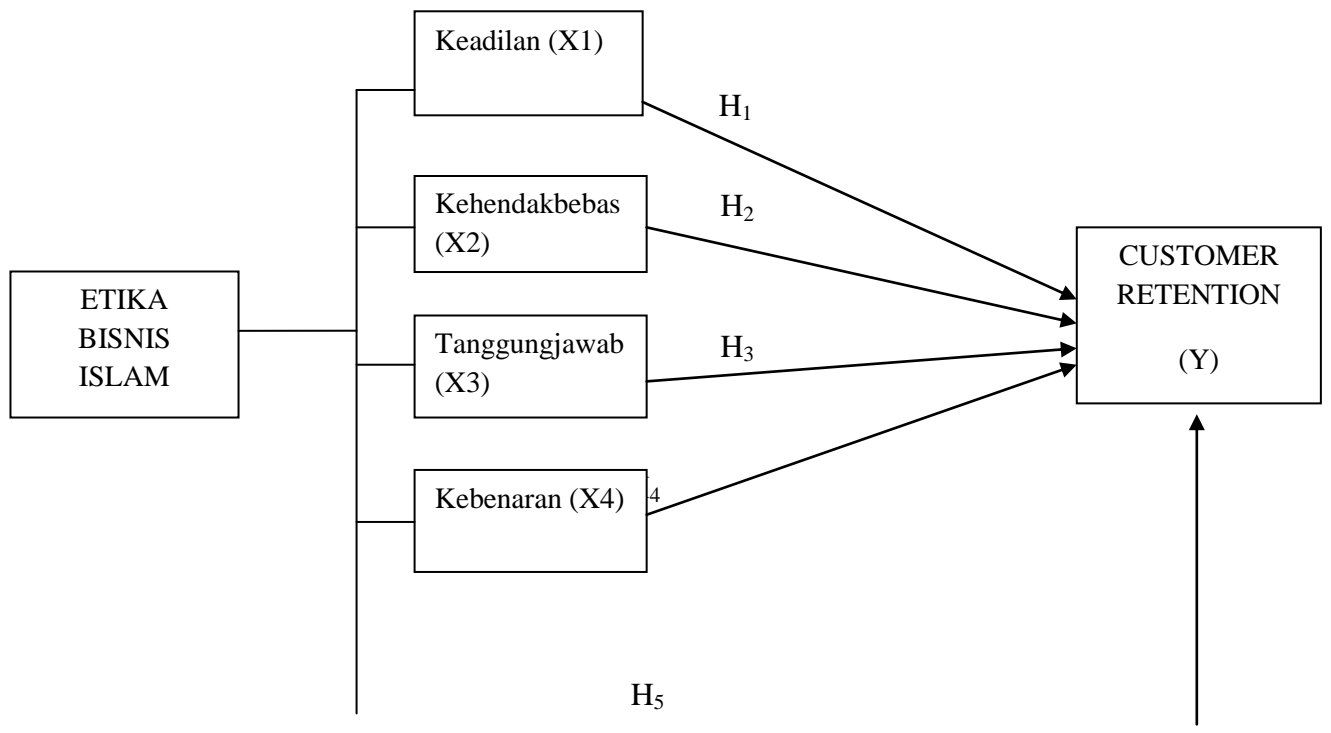
C. Hipotesis

Hipotesis adalah penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan keadaaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Dengan kata lain hipotesis merupakan dugaan sementara yang disusun oleh peneliti, yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Berdasarkan deskripsi dari hasil penelitian terdahulu yang ditemukan oleh peneliti, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H₁** : Keadilan berpengaruh signifikan terhadap *customer retention*.
- H₂** : Kehendakbebas berpengaruh signifikan terhadap *customer retention*.
- H₃** : Tanggungjawab berpengaruh signifikan terhadap *customer retention*.
- H₄** : Kebenaran berpengaruh signifikan terhadap *customer retention*.
- H₅** : Etika Bisnis Islam secara silmultan berpengaruh signifikan terhadap *Customer Retention*.

D. Kerangka Berfikir

Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini, seperti tersaji dalam gambar berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Penelitian

Sumber : (Sugiyono, 2012: 60)