

Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi

Yudhita Meika Wardani¹, Ahmad Ajib Ridlwan^{2*}

^{1,2}*Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Negeri Surabaya, Indonesia*

Jl. Ketintang No.2, Ketintang, Kec. Gayungan, Kota SBY, Jawa Timur 60231

**Email: ahmadajibridlwan@unesa.ac.id*

Abstract

The rapid development of the building and construction industry is the cause of the increasing demand for building and construction materials. This condition also affects the supporting businesses which have increased competition so that there is a lot of unfair business competition. This study aims to analyze the application of Islamic business ethics values at PT. perpetual cape in an effort to build customer loyalty. The research method used is descriptive qualitative with in-depth interviews with informants. This research shows that PT. Tanjung Abadi has implemented Islamic business ethics which includes five Islamic business ethics, namely the principle of unity, the principle of balance/fairness, the principle of free will, the principle of responsibility and the principle of truth. The application of Islamic business ethics has an impact on the company's efforts to build customer loyalty which is shown from the results of customer loyalty analysis of repeated purchases, purchases between product and service lines, referring the company to others and showing immunity to competitors

Keywords: Islamic Business Ethics, Customers Loyalty, Competition.

Abstrak

Pesatnya perkembangan industri bangunan dan konstruksi menjadi penyebab dari semakin meningkatnya permintaan akan bahan bangunan dan konstruksi. Kondisi ini juga berdampak pada usaha - usaha penunjangnya yang mengalami peningkatan persaingan sehingga banyak terjadi persaingan bisnis yang tidak sehat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan nilai - nilai etika bisnis islam pada PT. Tanjung Abadi dalam usaha membangun loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan proses wawancara mendalam kepada narasumber. Penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Tanjung Abadi telah menjalankan etika bisnis islam yang mencakup lima prinsip etika bisnis islam yakni prinsip kesatuan/tauhid, prinsip keseimbangan/adil, prinsip kehendakbebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran. Penerapan etika bisnis islam ini berdampak terhadap usaha perusahaan dalam membangun loyalitas pelanggan yang ditunjukkan dari hasil analisis loyalitas pelanggan berdasarkan pembelian secara berulang, melakukan pembelian antar lini produk dan jasa, mereferensikan perusahaan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalannya terhadap pesaing.

Kata-kunci: Etika Bisnis Islam, Loyalitas Pelanggan, Persaingan

PENDAHULUAN

Sektor bangunan dan konstruksi di Indonesia saat ini menjadi salah satu sektor terkuat yang mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pada tahun 2017, perekonomian Indonesia tumbuh sebesar

5.01% dan PDB sebesar 10.38% lebih tinggi dari sebelumnya. Dari hasil studi yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa sektor konstruksi menempati posisi ketiga sebagai sumber utama pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Perkembangan bisnis di

sektor bangunan dan konstruksi ini berdampak langsung pada meningkatnya permintaan bahan bangunan dan konstruksi. Kondisi ini menyebabkan bisnis penyedia bahan bangunan dan konstruksi semakin banyak bermunculan. Akibatnya persaingan yang tidak sehat seringkali terjadi hanya demi memenangkan persaingan pasar. Untuk bisa mempertahankan kelangsungan bisnis ditengah ketatnya persaingan pasar, pelaku usaha di setiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2002). Dengan demikian, persaingan telah menjadi salah satu tema abadi dan meningkatnya intensitas persaingan terus berlanjut hingga hari ini sehingga berdampak pada pelaku usaha.

Berbagai upaya dan strategi dilakukan oleh pelaku usaha untuk dapat memenangkan persaingan pasar, salah satunya menerapkan etika bisnis islam sebagai pedoman dalam mengambil sikap dan keputusan dalam kegiatan berbisnis. Robinson et al. (2007) menjelaskan bahwa etika bukan hanya tentang menerapkan prinsip atau menghitung konsekuensi yang mungkin terjadi. Tetapi juga melibatkan seluruh orang dalam merenungkan nilai-nilai yang mendasari dan dalam menanggapi hubungan pribadi dan profesional. Dalam pandangan bisnis Islam terdapat lima aksioma kunci mengatur etika bisnis islam, yaitu: kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan (Beekun, 1977). Pada penerapannya diharapkan agar pelaku usaha dapat menerapkan prinsip - prinsip etika bisnis islam dalam usahanya. Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Fauzan & Nuryana, 2014). Hasil studi yang dilakukan oleh Syarofi (2020) pada pengusaha muslim perwira menyatakan bahwa etika bisnis islam berpengaruh positif terhadap persaingan meskipun jenis usaha yang dijalankan mayoritas sama, namun mereka tetap berjalan baik dalam satu wadah organisasi. Pengusaha muslim perwira juga berpedoman bahwa etika bisnis islam harus diterapkan untuk mengatur kegiatan ekonominya. Akan tetapi menurut penelitian yang dilakukan

oleh Hofifah (2020) menyebutkan bahwa sebagian besar pedagang di daerah Ngebel, Ponorogo melakukan persaingan bisnis tanpa memperhatikan penerapan etika bisnis islam dalam menjalankan kegiatan usahanya. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pesaing dan keinginan pedagang untuk memperoleh keuntungan yang sebesar - besarnya tanpa memperhatikan aturan yang telah ditetapkan dalam ajaran agama islam. Sehingga masih banyak pedagang yang melakukan kecurangan dalam menentukan harga, timbangan dan kualitas barang. Sejalan dengan penelitian tersebut, studi yang dilakukan oleh Farid & Zahroh (2015) dan Shabiran et al. (2017) menunjukkan hasil bahwa etika bisnis belum diterapkan pada kegiatan jual beli. Hal ini karena minimnya pengetahuan masyarakat tentang etika berbisnis dalam islam. Sehingga diantara pembeli dan pedagang kurang adanya kejujuran, banyak terjadi kekurangan dan saling merugikan. Untuk menjalankan sebuah bisnis, sangat penting bagi seorang muslim untuk berperilaku etis sebab dalam islam, etika mengatur segala aspek dalam kehidupan tak terkecuali dalam kegiatan berbisnis. (Durin, 2020; Rahayu et al., 2022)

Untuk dapat memenangkan persaingan pasar secara sehat, etika bisnis islam juga diharapkan mampu menciptakan loyalitas dibenak pelanggan. Hubungan antara persaingan dan loyalitas menjadi lebih kuat dengan meningkatnya tingkat persaingan, terutama di sektor jasa di mana terdapat berbagai pilihan produk dan jasa inovatif yang berkembang pesat (Stevens, 2000). Loyalitas pelanggan mempunyai peran yang sangat penting dalam mempertahankan keberlanjutan perusahaan. Terciptanya loyalitas berasal dari kualitas pelayanan yang didampingi oleh etika bisnis islam dalam setiap kegiatannya. Menurut (Hasibuan, 2006) pelayanan dan etika yang baik dapat menciptakan simpati dari masyarakat maupun pesaing. Studi yang dilakukan Ofori et al. (2017) menekankan bahwa kualitas dalam pemberian layanan merupakan penentu yang sangat penting dari kepercayaan dan kepuasan yang pada akhirnya menjamin loyalitas. Sejalan dengan itu, studi yang dilakukan oleh Maulidya et al. (2018) juga menunjukkan bahwa etika bisnis

Islam pada hotel syariah di Bogor mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Etika bisnis Islam mampu menciptakan rasa puas dan loyalitas dalam benak pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam yang baik akan mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga semakin baik penerapan etika bisnis Islam akan berdampak pada semakin tinggi pula pelanggan yang loyal terhadap hotel tersebut. Lai et al. (2009) dan Hapsari et al. (2017) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan yang dirasakan, citra perusahaan yang dipegang pelanggan terhadap penyedia layanan dan nilai yang dirasakan memiliki hubungan yang kuat dan positif yang sama dengan loyalitas pelanggan. Akan tetapi pada studi yang dilakukan oleh Salam (2020) menunjukkan hasil bahwa perilaku etika bisnis Islam yang diterapkan pada Bank BRI Syariah, Bank Muamalat dan Bank Jateng Syariah di Kota Semarang tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Studi yang dilakukan oleh Sulphery & George (2017) mengatakan bahwa untuk mempertahankan tingkat kepercayaan dan loyalitas pelanggan, perusahaan harus berusaha untuk memiliki etika dan nilai dalam organisasi

Belakangan ini, pengusaha dibidang penyedia besi konstruksi dan bangunan menyaksikan peningkatan persaingan pasar yang semakin tinggi. Dengan kesadaran bahwa inovasi produk dan layanan saja tidak cukup untuk mendorong profitabilitas perusahaan maka hal yang dapat dilakukan adalah berfokus pada strategi dalam membangun loyalitas pelanggan untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang dan memenangkan persaingan secara sehat. Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada PT. Tanjung Abadi dan bagaimana penerapan dari etika bisnis Islam dalam membangun loyalitas pelanggan pada PT. Tanjung Abadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut penerapan etika bisnis Islam dalam membangun loyalitas pelanggan pada PT. Tanjung Abadi dan yang menjadi pembeda penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah focus dari penelitian ini terletak

pada penerapan etika bisnis Islam dalam membangun loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif (tick description) dan memaknai apa yang ada dibalik gejala.

Penelitian ini berlokasi di PT. Tanjung Abadi Subur yang terletak di Kabupaten Jombang. Dan untuk waktu penelitiannya dari bulan Januari - Februari 2022. Sumber data dari penelitian ini menggunakan data primer yang di dapatkan dari hasil observasi lapangan dan juga dari hasil wawancara kepada konsumen dan karyawan pada PT. Tanjung Abadi Subur. Teknik pengambilan subjek dalam penelitian ini adalah menggunakan purposive sampling. Subjek dari penelitian ini adalah konsumen dan karyawan PT. Tanjung Abadi Subur. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Observasi yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah observasi partisipatif yang dilakukan selama satu bulan penuh untuk mengetahui dampak penerapan etika bisnis Islam dalam membangun loyalitas pelanggan pada PT. Tanjung Abadi Subur.

Penelitian ini menggunakan teknik uji validitas data yaitu triangulasi teknik dimana pengumpulan data diperoleh dari wawancara dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis data model Miles and Hubberman, 1994. Teknik analisis ini terdiri dari 3 langkah, yaitu reduksi data dengan menjelaskan dan menguraikan uraian kalimat kemudian direduksi dengan dirangkum dan dipilih hal - hal yang penting, kemudian disesuaikan dengan tema penelitian. Langkah selanjutnya adalah mendisplay data, dalam penelitian ini data yang telah di dapatkan akan dipilah dan dipilih berdasarkan kelompoknya dan dikategorikan yang sejenis untuk kemudian ditampilkan agar selaras dengan permasalahannya. Yang terakhir adalah penarikan kesimpulan yang harus di dukung dengan bukti - bukti valid dan konsisten. Dan dalam penelitian ini, kesimpulan haruslah dapat menjadi jawaban dari rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal.

HASIL PENELITIAN

Penerapan Etika Bisnis Islam pada PT. Tanjung Abadi

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangnya. Di dalam etika bisnis islam, terdapat prinsip-prinsip yang dapat digunakan sebagai pedoman oleh umat muslim dalam menjalankan bisnisnya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada karyawan PT. Tanjung Abadi Subur tentang bagaimana penerapan etika bisnis islam pada Pratik bisnis perusahaan berdasarkan prinsip – prinsip etika bisnis islam sebagai berikut:

Prinsip Kesatuan/Tauhid.

Prinsip Kesatuan/Tauhid mengantarkan manusia dalam kegiatan ekonomi untuk meyakini bahwa kekayaan apapun yang dimiliki seseorang adalah milik Allah. Sehingga seorang pengusaha tidak mengejar keuntungan materi semata. Kesadaran ketauhidan juga akan mengendalikan seorang atau pengusaha muslim untuk menghindari segala bentuk eksploitasi terhadap sesama manusia. Termasuk pada PT. Tanjung Abadi dalam menjalankan kegiatan usahanya percaya bahwa dalam menjalankan usahanya prinsip ketuhanan sangat penting dalam mengatur segala kegiatan usaha agar senantiasa tetap mengingat Allah dan tidak hanya mengejar keuntungan materi mereka percaya bahwa rezeki telah diatur oleh Allah SWT.

Pemilik PT. Tanjung Abadi juga selalu menyisihkan hasil dari penjualan untuk pembangunan masjid yang saat ini sedang dalam tahap pembangunan di halaman pabrik yang nantinya juga akan dibangun sekolah dan pondok pesantren. Kemudian, pemilik perusahaan juga selalu mengeluarkan zakat dagang, zakat maal dan zakat fitri kepada warga kurang mampu disekitar pabrik kurang lebih 100 orang/tahunnya dan selalu membantu pembangunan fasilitas warga seperti jalan desa. Sebab pemilik meyakini bahwa dengan lancar beramal dan berzakat maka rezeki akan dilancarkan pula oleh Allah SWT.

Dalam menjalankan kegiatan usaha, PT. Tanjung Abadi selalu berusaha untuk membangun bisnis yang sehat dan sesuai dengan syariat islam agar tidak merugikan bagi kedua belah pihak yakni pelanggan/pembeli. Perusahaan juga memberikan waktu kepada pegawainya dalam menjalankan kewajibannya menunaikan ibadah sholat. Waktu sholat dan istirahat mulai pukul 11.45 – 13.00 yang dirasa sangat cukup digunakan oleh pegawai dalam menjalankan ibadah dan beristirahat ditengah waktu kerja. Pada saat istirahat itu, semua pekerjaan dihentikan dan tidak ada pelayanan jual – beli maupun kegiatan transaksi apapun kecuali memang kegiatan transaksi dilakukan sebelum jam istirahat. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan salah satu pegawai PT. Tanjung Abadi yang menyatakan "*Diperkenankan ya. Karena waktu ibadah sholat di siang hari atau ibadah sholat dhuhur bertepatan dengan waktu istirahat yang memang diberikan waktu yang cukup untuk melaksanakan sholat. Dan waktu pulang kerja di pt tanjung abadi juga masih relevan dengan ibadah sholat ashar. Jikapun sednag ramai pembeli, pembeli akan diminta menunggu sedikit waktu untuk karyawan/staf melaksanakan ibadah sholat*" (wawancara dengan saudara Ananda, Sales Penjualan di PT. Tanjung Abadi)

Selain itu dalam menjalankan sebuah bisnis, PT. Tanjung Abadi selalu berusaha untuk membangun bisnis yang sehat dan sesuai dengan syariat islam agar tidak merugikan bagi kedua belah pihak yakni pelanggan/pembeli. Seperti yang disampaikan dari hasil wawancara dengan saudara Ananda yang menyatakan "*Menurut saya sudah, karena dalam sistem perjual-belian di pt tanjung abadi bagi pelanggan yang mengajukan transaksi dengan hutang tidak diperkenankan atau tidak ada bunga. Pelanggan membayar sesuai dengan nominal yang dihutang. Namun untuk menjaga kerjasama yang baik, pelanggan yang berhutang harus/wajib membayar hutang tepat waktu sesuai jatuh tempo yang sudah ditentukan*" (wawancara dengan saudara Ananda, Sales Penjualan di PT. Tanjung Abadi)

Sejalan dengan yang dikatakan oleh saudara nanda, saudara bayu juga membenarkan bahwa perusahaan berusaha melakukan kegiatan berbisnis dengan dengan berpegangan pada syariat islam.

“Menurut sepengetahuanku di perusahaan ini sudah berbisnis sesuai islam, dimana barang yang kita jual kepada penjual itu sama2 menguntungkan jd tidak ada pengurangan missal ada barang a kualitas nya jelek dijual dengan ngomong kualitas e masih bagus. Lalu seperti hutang piutang perusahaan menerapkan bahwa hutang tidak membebankan bunga jadi angsuran yang cicil sesuai dengan hutang tidak di lebihkan nominalnya. Lalu untuk timbangan tidak ada pemberat agar timbangannya lebih berat dan untung itu tidak ada.” (wawancara dengan saudara Bayu, Marketing di PT. Tanjung Abadi)

Dari hasil diatas, dapat disimpulkan untuk penerapan prinsip tauhid/kesatuan sudah diterapkan pada kegiatan ekonomi di PT. Tanjung Abadi seperti memperbolehkan karyawan untuk menjalankan ibadah sholat dan memberikan karyawan jam istirahat, berusaha menjalankan kegiatan ekonomi sesuai dengan syariat islam dan tidak mengambil untung secara berlebihan karena percaya bahwa rezeki telah diatur oleh Allah SWT.

Prinsip Keseimbangan/Adil.

Prinsip keadilan dalam kegiatan ekonomi menghimbau agar pelaku usaha bertindak adil sesuai dengan tuntunan Allah. Misalnya dalam hal pelayanan, penjual (pedagang atau pengusaha) harus berlaku adil terhadap pelanggan atau konsumen. Perlakuan terhadap pelanggan yang bayar kontan dengan yang berutang seharusnya sama. Prinsip ini juga ditunjukkan pada PT. Tanjung Abadi dengan menggunakan timbangan yang sesuai, pemeriksaan rutin terhadap timbangan yang digunakan dalam menimbang berat besi dan memastikan timbangan yang digunakan sudah melalui tahap tera ulang/KIR rutin alat ukur timbangan paling tidak setiap tahunnya. Pemeriksaan ini dilakukan untuk memberikan hasil timbangan sesungguhnya kepada konsumen tanpa ada penambahan berat lain pada timbangan agar tidak merugikan orang lain. Fakta ini didukung oleh pernyataan saudara nur aini *“sudah sesuai ya mbak, karena disini itu selalu timbangannya di kir jadi kalo ada gangguan langsung di servis”*(wawancara dengan nur aini, jumat 04 maret 2022). Ini juga sependapat dengan jawaban saudara bayu yang juga berkata bahwa timbangan yang digunakan wajib dilakukan

KIR minimal 1 tahun sekali.”sudah dilakukan, biasanya setahun sekali diawal tahun timbangan rutin dilakukan kir rutin.” (wawancara dengan saudara Nur Aini, Marketing di PT. Tanjung Abadi)

Pernyataan ini dibuktikan pula berdasarkan hasil wawancara dengan pak gendut yang mengatakan bahwa selama ini hasil timbangan yang diberikan sudah sesuai dengan seharusnya karena pelanggan terkadang menghitung ulang berat besi dengan membagikan hasil timbangan dengan berat satuan besi maka dari itu pelanggan merasa percaya dan yakin dengan hasil timbangan yang diberikan. *“karena dari awal kan sudah menaruh kepercayaan mbak, kita kan kerja sama, Namanya kerjasama lebih enak ya percaya. Terus aktualnya pun jelas misalnya kulo pesen besi missal ditimbang dikalkulasi perbiji itu beratnya hampir sama dengan perkiraan lah mbak. Terus kalau saya bandingan dengan diluar 1 batangnya bisa selisih 2rb-3rb kalau beli perbiji mbak. Terus kalau kemudahan misal saya gabawa uang cash bisa ditransfer, jadi saya juga diuntungkan dan dimudahkan. Saya percaya timbangan sudah sesuai, mungkin selisihnya ya 1-2kg aja mbak tapi itu wajar mbak Namanya berat besi timbangan gak ada yang pasti.”* (wawancara dengan Pak Gendut, Pelanggan PT. Tanjung Abadi)

Selanjutnya dalam penentuan harga barang, PT. Tanjung Abadi lebih memilih menjual besi dengan harga kiloan/timbangan daripada menjual harga besi dengan harga satuan. Hal ini dilakukan agar dapat menjual besi dengan harga yang relatif lebih murah dari pada menjual dengan harga satuan. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan saudara Ananda *“Dikarenakan jika menjual besi secara timbangan berarti laba atau keuntungan yang diambil dapat berpengaruh dalam pemberian harga yang bisa diberikan dapat lebih murah dibandingkan dengan menjual besi secara satuan.”* (wawancara dengan saudara ananda, Sales penjualan di PT. Tanjung Abadi).

Selain itu, dalam menawarkan harga besi PT. Tanjung Abadi tidak pernah menawarkan besi diatas harga pasar dan selalu menerapkan harga jual sesuai dengan harga pasar yang berlaku. Perusahaan menjual harga besi sesuai dengan harga yang berlaku di pasaran, tidak melebihi dan tidak mengurangkan

harga untuk menarik minat pelanggan. PT. Tanjung Abadi merupakan supplier besi tangan pertama maka dapat dipastikan harga besi yang diberikan lebih murah daripada toko – toko besi lainnya karena PT. Tanjung Abadi memiliki prinsip lebih baik untung sedikit tetapi barang terus laku untuk menghindari penumpukan barang yang bisa berakibat pada menurunnya kualitas besi jika disimpan terlalu lama. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan saudara nur aini *“Iya disini jualnya sesuai harga pasar, kalau terlalu tinggi dari harga pasar pembeli juga gak mau ada yang datang, kalau terlalu bawah sini ya rugi. Jadi tanjung abadi selalu survey harga – harga pasar jadi di stabilkan sesuai harga pasar”* (wawancara dengan saudara nur aini, Marketing PT. Tanjung Abadi). Hal ini juga dibuktikan dengan pemaparan pak gendut sebagai berikut *“kalau tak bandingkan dengan lainnya ya selisih pasti ada, ada yang lebih murah ada yang lebih mahal. Tapi juga ga terlalu mahal juga, missal kemarin di tanjung abadi saya beli di harga 12.500/kg diluar harganya ada yang 13.000/kg juga mbak”* (Wawancara dengan Pak Gendut, Pelanggan PT. Tanjung Abadi)

Selanjutnya, prinsip keseimbangan/keadilan pada PT. Tanjung Abadi dapat dilihat dari tidak menerima penawaran harga barang oleh konsumen/pelanggan. Jadi harga yang diberikan kepada setiap konsumen yang datang sama dengan pelanggan tetap agar menghindari adanya rasa iri atau merasa dibeda – bedakan antara pelanggan lama dan pelanggan baru. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan saudara nur aini *“karena ditanjung abadi sistemnya harga pas jadi kalau ada pelanggan yang meminta keringan harga kita ga pernah kasih meskipun belinya berton – ton ataupun berkintal – kintal itu ga pernah dapet karena kita mainnya persen mbak jadi nanti dapet persen sesuai dengan dari yang dia beli”* (wawancara dengan saudara Nur Aini, Marketing di PT. Tanjung Abadi)

Prinsip Kehendakbebas.

Prinsip kehendakbebas membuat pelaku usaha mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu. Berdasarkan hasil observasi, penerapan prinsip kehendakbebas pada PT. Tanjung Abadi ditunjukkan dengan ketersediaan perusahaan

dalam menampung keluhan yang dilayangkan oleh pelanggan kepada perusahaan. Keluhan tersebut dapat diterima dan dijadikan evaluasi oleh perusahaan apabila memang fakta pada lapangan terbukti apa yang dikeluhkan oleh pelanggan. Kemudian dari keluhan tersebut yang akhirnya menjadi masukan kepada perusahaan untuk terus memperbaiki kualitas perusahaan ke arah yang lebih baik lagi. Perusahaan juga akan bertanggung jawab penuh terhadap keluhan pelanggan jika memang kesalahan ada pada pihak perusahaan seperti adanya cacat pada barang. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan oleh saudara Ananda *“Sebagian besar keluhan yang diajukan pelanggan adalah tentang kenaikan harga yang relatif cepat dan untuk mengatasi itu kami memberikan pengertian dan pemahaman tentang kondisi pasar yang memang mengalami kenaikan harga secara menyeluruh yang berarti hal tersebut tidak terjadi ditempat kami saja. Namun masih bisa dipastikan bahwa ditempat kami masalah menjadi tempat produksi yang paling murah”* (wawancara dengan saudara Ananda, Sales Penjualan di PT. Tanjung Abadi). Dan dikuatkan dengan jawaban yang disampaikan oleh saudara bayu *“sejauh ini se belum ada tetapi beberapa waktu lalu ada keluhan seperti barangnya ada yang kurang bagus atau cacat produksi itu bisa diretur dengan barang yang ready dengan syarat ada perjanjian atau kesalahan ada di pihak perusahaan.”* (wawancara dengan saudara Bayu, Marketing PT. Tanjung Abadi).

Prinsip kehendak bebas juga memberikan kebebasan bagi pelaku usaha untuk mengembangkan potensi perusahaan dan meningkatkan penjualan pada perusahaan dengan persaingan yang sehat dan tidak menjatuhkan nama baik pesaing. Pada PT. Tanjung Abadi untuk meningkatkan penjualan dan memenangkan persaingan pasar maka cara yang ditempuh adalah dengan cara memasarkan produk mereka pada social media seperti facebook dan juga radio. Mereka memilih memasarkan produknya dengan facebook karena merasa insight yang di dapatkan dari facebook lebih besar dari social media lainnya. Factor lain adalah karena Sebagian besar target pasar mereka lebih banyak ada pada facebook. Selain facebook dan radio, Teknik pemasaran perusahaan

berprinsip untuk lebih baik untung sedikit tapi barang cepat laku karena jika barang disimpan terlalu lama maka kualitas barang akan terus menurun dan harga pasar akan terus naik turun setiap bulannya. Hal ini sejalan dengan yang dituturkan oleh saudara Nur Aini yang mengatakan bahwa *"untuk meningkatkan penjualan sih kita mainnya promosi di social media ya mbak karena kan sekarang sudah abad ke-21 semuanya serba online jadi ya sering – sering upload di facebook, upload di wa terus sering chat ke customer untuk menawarkan barang"* (wawancara dengan saudara Nur Aini, Marketing PT. Tanjung Abadi)

Selain facebook dan radio, Teknik pemasaran perusahaan berprinsip untuk lebih baik untung sedikit tapi barang cepat laku karena jika barang disimpan terlalu lama maka kualitas barang akan terus menurun dan harga pasar akan terus naik turun setiap bulannya. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan saudara Bayu *"salah satu triknya adalah menjual barang yang sama seperti dipasar dengan harga yang lebih murah lah prinsipnya sama seperti ambil untung sedikit tadi terus selalu mencari informasi harga – harga pesaing diluar sana dari sales – sales ataupun dari marketplace."* (wawancara dengan saudara Bayu, Marketing PT. Tanjung Abadi).

Prinsip Tanggung Jawab

Dalam melaksanakan atau melakukan pekerjaan, bisnis atau kegiatan perekonomian pelaku usaha haruslah mempunyai rasa tanggung jawab karena, pelaku usaha harus dapat mempertanggung jawabkan tindakannya. Pelaku usaha tidak boleh membuat konsumen kecewa atas pelayanan yang diberikan. Begitu juga dengan PT. Tanjung Abadi yang menerapkan bentuk prinsip tanggung jawab salah satunya pada kasus terjadinya timbangan besi tidak sesuai pada nota/timbangan mati biasanya terjadi pada pengiriman besi dalam jumlah banyak. Jika terjadi masalah seperti ini maka tanggung jawab dari perusahaan adalah dengan membagi dua berat dari timbangan mati tersebut jadi tidak sepenuhnya membebaskan ini kepada pelanggan. Tapi pada salah kasus, perusahaan menanggung hampir 70% dari total jumlah timbangan mati tersebut. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan dari saudara Nur Aini

yang menyatakan *"biasanya kalau dalam kasus timbangan mati kita sistemnya dibagi 2 mbak. Jadi yang separuh timbangan mati di tanggung penjual separuhnya ditanggung pembeli"* (wawancara dengan saudara Nur Aini, Marketing di PT. Tanjung Abadi)

Selain itu berdasarkan hasil observasi, penerapan prinsip tanggung jawab juga ditunjukkan oleh penanganan dalam kasus pelanggan yang complain terhadap pesanan besi yang tidak sesuai dengan kehendak pembeli. Pada kasus ini tanggung jawab yang diberikan pada perusahaan tergantung pada dimana letak kesalahan, jika kesalahan disebabkan oleh perusahaan maka perusahaan akan bertanggung jawab penuh terhadap kesalahan dan akan mengganti barang pesanan dengan syarat catatan pembelian dan nota masih ada sebagai bukti complain.

Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan saudara Bayu yang menyatakan *"ya tergantung pada kesepakatan di awal, kalau memang kesalahan dari perusahaan pasti ada retur atau pengembalian barang tapi kalau misalkan kesalahan dari pelanggan ya ditanggung sendiri oleh pelanggan"* (wawancara dengan saudara Bayu, Marketing PT. Tanjung Abadi). Hal yang sama juga disampaikan oleh Ananda bahwa complain ketidaksesuaian seperti nota atau catatan pesanan. *"Barang yang dibuat sudah pasti sesuai dengan pesanan pembeli, bila terjadi barang tidak sesuai dengan kehendak pembeli pasti kami akan memberikan ganti yang sesuai dengan syarat, catatan pesanan maupun nota pembelian masih ada sebagai bukti pengajuan komplain. Barang yang sudah diterima oleh pembeli tidak dapat diajukan komplain kecuali disertai dengan bukti yang memadai"* (wawancara dengan saudara Ananda, Sales Penjualan di PT. Tanjung Abadi)

Prinsip Kebenaran.

Prinsip kebenaran dalam kegiatan ekonomi menghimbau agar pelaku usaha menjalankan usahanya dengan jujur mengatakan kondisi barang yang mereka jual, tidak melakukan kecurangan maupun menipu pelanggan. Pada kegiatan bisnis yang dijalankan PT. Tanjung Abadi, penerapan prinsip kebenaran dapat dilihat dari sikap perusahaan yang tidak memperbolehkan pembeli untuk meminta

nota kosong atau nota dengan nominal berbeda dari harga yang tertera. Hal ini guna menghindari riba ataupun penipuan yang bisa saja terjadi. Memberi nota kosong atau mengubah jumlah dalam nota adalah suatu tindakan yang tidak dapat dibenarkan menurut perusahaan karena ditakutkan citra nama perusahaan akan menjadi buruk karena perusahaan dianggap menjual besi diatas harga pasar ataupun perusahaan bekerja sama dengan makelar dalam menaikkan harga besi secara tidak wajar. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan saudara bayu yang menyatakan pesanan besi harus dengan adanya bukti

"Dengan tegas kami akan menolak hal tersebut karena tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku di perusahaan kami. selain itu perusahaan kami hanya akan mencetak nota jika transaksi sudah disetujui oleh kedua belah pihak baik transaksi secara tunai maupun non tunai."(wawancara dengan saudara Bayu, Marketing PT. Tanjung Abadi).

Dan ini juga sejalan dengan yang disampaikan oleh saudara nur aini bahwa dalam perusahaan menerapkan aturan yang memang tidak memperbolehkan pelanggan untuk meminta nota kosong dengan alasan apapun. *"kalau ada pembeli yang minta nota kosong selama ini saya ga pernah kasih ya mbak ya, dan saya selalu memberikan penjelasan kalau disini ga menerima pemberian nota kosong, kalau missal minta stemple aja sih gapapa tapi kalau minta nota kosong atau mungkin merubah harga itu kami ga menerima yang seperti itu karena sudah pesan dari atasan"* (wawancara dengan saudara Nur Aini, Marketing di PT. Tanjung Abadi)

Selain dilarang meminta nota kosong, penerapan prinsip kebenaran juga ditunjukkan dengan perusahaan menghimbau kepada karyawan untuk selalu menunjukkan bentuk fisik barang secara langsung kepada konsumen agar konsumen dapat memilih dan melihat keadaan barang yang sebenarnya. Dengan mengatakan kondisi barang sebenarnya pada pelanggan. Jika ada barang yang memiliki cacat maka karyawan/mandor diharuskan menjelaskan kepada pembeli keadaan sebenarnya dari barang tersebut agar pembeli tahu dan tidak merasa ditipu nantinya. Hal ini dibuktikan melalui hasil wawancara dengan saudara nur aini yang menyatakan *"kalau ini*

sih gak pernah ya mbak karena barang – barang itu sudah terdisplay gitu ya jadi pelanggan bisa lihat sendiri milih sendiri barangnya kaya gimana jadi pelanggan juga bisa menilai barangnya ini cocok kapa nggak walaupun pelanggan sudah menyetujui untuk beli berarti pelanggan sudah tau kondisi barangnya seperti apa tapi kalau kondisinya barangnya pesan terus dikirim ga dan sampai sana barangnya ga cocok itu juga pernah kejadian seperti itu dan itu juga tidak masalah" (wawancara dengan saudara Nur Aini, Marketing di PT. Tanjung Abadi)

Selain itu, menurut saudara ananda PT. Tanjung Abadi selalu melakukan pengecekan berkala terkait barang display dan juga barang yang sudah dipilih pelanggan guna memastikan bahwa barang yang diberikan dalam kondisi yang baik. *"Diperusahaan kami berlaku pengecekan barang secara berkala bagi setiap pelanggan baik yang datang secara langsung maupun secara dikirim ke tempat pelanggan. Jadi sudah bisa dipastikan bahwa barang yang dijual atau di berikan kepada pelanggan sudah pasti dalam kondisi yang bagus dan sesuai."* (wawancara dengan saudara Ananda, Sales Penjualan di PT. Tanjung Abadi).

Hal lain yang dapat dilihat dari penerapan prinsip kebenaran dalam PT. Tanjung Abadi adalah perusahaan tidak pernah dengan sengaja menimbun barang dalam jumlah besar dengan tujuan untuk menaikkan harga karena jika besi ditimbun dalam jangka waktu yang lama pasti fisik dari besi tersebut mengalami penurunan atau karatan. Jika besi dijual dalam kondisi berkarat atau berwarna kemerahan pasti pelanggan banyak yang komplain terkait kualitas barang. Selain itu, jika barang ditimbun terlalu lama maka perputaran uang perusahaan tidak akan lancar yang akhirnya malah merugikan pihak perusahaan sendiri. Perusahaan sangat menghindari terjadinya hal ini, karena lebih baik perusahaan untung sedikit tapi barang terus laku terjual dan tidak mengecewakan pelanggan. Dengan begitu nama perusahaan akan terus baik dan terpercaya dimata konsumen. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan saudara nur aini yang menyatakan *"kalau ini sih ga pernah ya mbak ya, karena kan uang perusahaan ini muter ya jadi kalau ditimbun itu gaada pemasukan jadi tetep flow seperti biasanya kalau harga naik ya dinaikan kalau harga turun ya*

diturunkan jadi kita bener – bener apa adanya sesuai harga dipasaran ga pernah sengaja nimbun atau apa untuk naikkan harga barang.” (wawancara dengan saudara Nur Aini, Marketing di PT. Tanjung Abadi)

Hal ini juga dibenarkan oleh pernyataan saudara Bayu bahwa PT. Tanjung Abadi tidak pernah melakukan penimbunan barang dikarenakan terkadang perusahaan bahkan mengalami barang baku untuk proses produksi. *“sejauh ini tidak pernah karena barang tersebut selalu habis dan malah kekurangan bahan untuk diproduksi.” (wawancara dengan saudara Bayu, Marketing PT. Tanjung Abadi).*

Dalam menjalankan usahanya, PT. Tanjung Abadi juga meminimalisir adanya riba dan menghindari adanya penipuan yang akan merugikan banyak pihak. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan saudara Bayu yang menyatakan *“untuk meminimalisir adanya riba atau penipuan itu sendiri kita juga berhati – hati untuk bertransaksi dan untuk riba kita tidak menerapkan utang piutang yang berbentuk bunga berbungan. Dan adanya penipuan seperti adanya pengiriman yang pembelinya bilang sudah di transfer tapi ketika dicek di rekening belum ada. Lha itu sebelumnya kita juga harus waspada akan hal itu seperti mengecek rekening yang ditransfer dan juga tidak adanya pengiriman yang sebelumnya ada pembayaran transfer tersebut.” (wawancara dengan saudara Bayu, Marketing di PT. Tanjung Abadi).*

Pada persoalan hutang piutang yang dilakukan oleh pelanggan terkait jual beli, perusahaan tidak pernah meminta bunga kepada konsumen. Dan untuk menghindari hal – hal yang tidak diinginkan seperti penipuan maka dalam 6 bulan terakhir perusahaan sudah tidak melayani pembelian dengan cara tempo/ hutang agar menghindari dari kerugian materil bagi perusahaan.

Hal ini dibuktikan dengan pernyataan saudara Ananda yang menyatakan *“Untuk meminimalisir adanya riba, diperusahaan kami menentukan, untuk setiap transaksi yang dilakukan dengan cara hutang, pada waktu pelunasannya tidak dikenakan bunga. Pelanggan tetap membayar sesuai dengan jumlah yang dihutang, tidak kurang juga tidak lebih sesuai dengan jatuh tempo yang sudah kami tentukan. Kecuali bagi pelanggan yang memang belum bisa melunasi sesuai jumlah*

yang dihutang, kami akan memberikan sedikit keringanan atau tambahan waktu dan dijamin tanpa bunga. Sedangkan untuk meminimalisir adanya penipuan, perusahaan kami hanya akan bekerja sama dengan pelanggan yang sudah kami pastikan sendiri amanah dan bertanggung jawab dengan transaksi yang telah disetujui. Selain itu perusahaan kami juga memberlakukan ketentuan untuk pembayaran terlebih dahulu sebelum barang diserahkan kepada pelanggan atau kami juga dapat melakukan transaksi yang dilakukan dengan membayar ditempat ketika barang sampai ke tempat pelanggan. Dengan syarat pembayaran dilakukan lebih dulu sebelum barang diterima secara langsung oleh pelanggan.” (wawancara dengan saudara Ananda, Sales Penjualan di PT. Tanjung Abadi).

Loyalitas Pelanggan di PT. Tanjung Abadi.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah bisnis. Loyalitas menjadi tujuan utama dibanyak perusahaan karena berhubungan dengan kelangsungan hidup suatu merek atau bahkan perusahaan itu sendiri. Hal itulah yang menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan yang setia tercipta dari mereka yang merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan, sehingga pada akhirnya mereka mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan produk atau jasa kita kepada siapapun yang mereka kenal. Maka pada tahap selanjutnya, pelanggan setia tersebut akan memperluas “kesetiaan” mereka kepada produk – produk lain dari perusahaan yang sama. Pelanggan dengan loyalitas yang tinggi adalah pelanggan yang melakukan pembelian dengan prosentasi meningkat pada perusahaan tertentu daripada perusahaan lain.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kepada pegawai dan konsumen di PT. Tanjung Abadi untuk mengetahui loyalitas pelanggan yang terjalin di PT. Tanjung Abadi berdasarkan indikator loyalitas pelanggan sebagai berikut:

Melakukan Pembelian Berulang.

Salah satu indikator loyalitas pelanggan yang mudah ditemui adalah pelanggan melakukan pembelian berulang atau berkala terhadap suatu produk. Dalam melakukan

kegiatan usaha pelanggan merupakan suatu aspek yang penting dalam kegiatan ekonomi. Dari hasil observasi pada PT. Tanjung Abadi menunjukkan bahwa pelanggan memilih pembelian ulang di PT. Tanjung Abadi karena produk yang ditawarkan lengkap, harganya lebih murah daripada pesaing, dan kemudahan pemesanan serta pengiriman yang tepat. Hal ini sesuai dengan pernyataan pak gendut, pelanggan tetap PT. Tanjung Abadi. *"ya kita perhitungannya kan nomer satu harga, dua pelayanan. Kita sebagai konsumen kan intinya gimana caranya sama enaknyanya e mbak. Ya kalau kita beli tp sulit ya wegah e mbak yang beli. Kadang ada beli ditempat lain dikirimnya baru besoknya kan jadi makan waktu mbak"* (wawancara dengan pak gendut, pelanggan PT Tanjung Abadi).

Dengan adanya pelanggan/pembeli tetap maka pelanggan akan sering melakukan pembelian barang berulang pada PT. Tanjung Abadi setidaknya 1-2 kali seminggu dengan presentase pengambilan barang dalam jumlah kecil maupun besar. Hal ini dibuktikan dengan pendapat saudara Ananda yang menyatakan *"Untuk pelanggan dengan pembelian sedikit ataupun sales kecil biasanya melakukan pembelian rutin setiap dua hari sekali atau paling tidak 3 hari sekali namun ada juga sales – sales yang datang setiap hari. Untuk sales atau pelanggan dengan pembelian banyak biasanya berasal dari luar kota yang biasanya 2 minggu atau satu bulan sekali namun dengan jumlah yang sangat besar"* (wawancara dengan saudara Ananda, Sales penjualan di PT. Tanjung Abadi).

Selain pembeli biasa, pada Tanjung Abadi juga banyak sales yang mengambil barang dengan jumlah yang banyak dan bervariasi. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan saudara bayu yang menyatakan *"Untuk sales kecil untuk setiap pembelian paling tidak ada yang setiap hari ada juga yang seminggu 3 kali. Dan ada juga yang 2 minggu sekali tapi pembelian langsung banyak."* (wawancara dengan saudara Bayu, Marketing PT. Tanjung Abadi).

Dari hasil wawancara para customer yang memilih membeli produk di PT. Tanjung Abadi, mereka memberikan nilai yang cukup bagus tentang produk-produk yang tersedia dan juga tentang pelayanannya pun cukup memuaskan. Jadi para customer merasa sangat puas dengan produk dan pelayanan yang

diberikan perusahaan selama ini. Dengan adanya rasa percaya penuh pelanggan terhadap perusahaan begitupun dengan perusahaan kepada konsumen maka hubungan baik terus terjalin.

Pembelian antarlini produk dan jasa.

Pembelian antarlini produk dan jasa termasuk ke dalam salah satu indikator loyalitas pelanggan yang berdasar pelanggan/konsumen membeli barang atau jasa yang ditawarkan dengan berbagai jenis secara teratur yang kemudian membuat hubungan dengan pelanggan/konsumen menjadi kuat dan berlangsung lama serta membuat mereka tidak mudah terpengaruh oleh pesaing. Pada PT. Tanjung Abadi, tidak sedikit konsumen/pelanggan dengan pembelian produk lebih dari satu jenis, kebanyakan dari pelanggan yang membeli produk antarlini dengan jumlah yang besar adalah untuk dijual kembali. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan saudara Ananda yang menyatakan *"Bagi pelanggan yang melakukan pembelian besar biasanya berasal dari luar kota dan jumlah dan jenis barang yang diminta juga tentu lebih beragam. Biasanya melakukan pemesanan terlebih dahulu kemudian pelanggan menggunakan jasa kirim yang disediakan oleh perusahaan"* (wawancara dengan saudara Ananda, Sales penjualan di PT. Tanjung Abadi).

Hal ini juga selaras dengan hasil wawancara dengan pak sueb selaku pelanggan tetap PT. Tanjung Abadi yang memilih membeli lebih dari satu produk karena barang yang ditawarkan lengkap. *"ya kalo bangun rumah kan mesti bermacam – macam kadang beli begel kadang beli lonjoran. Soalnya sekalian sudah ada disini semua jadi sekalian beli disini mbak kenapa masih cari ditempat lain"* (wawancara dengan Pak Sueb, Pelanggan PT. Tanjung Abadi). Pernyataan ini juga dikuatkan dari hasil wawancara dengan pak gendut, berikut paparannya:

"Bermacam – macam mbak, ukurannya beda, macemnya beda. Kadang kalau beli ditempat lain hanya cumin begel ditempat lain kan bawa sendiri. Kalau di tanjong abadi kan diantar itupun ga nambah ongkir. Kadang ditempat lain kan nambah ongkir paling gak 10rb atau kadang kalau ga beli banyak juga mau kirim kan saya repot." (wawancara dengan Pak Gendut, Pelanggan PT. Tanjung Abadi)

Berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan pada PT. Tanjung Abadi menunjukkan bahwa pelanggan juga membeli lebih dari satu barang dalam sekali transaksi karena pilihan produk yang ditawarkan lengkap dan lebih murah dari pesaing selain itu juga bisa dikirimkan pada hari yang sama. Hal ini lah yang menjadikan pelanggan memilih membeli lebih dari satu produk yang ditawarkan, hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan pada bapak gendut yang sering membeli lebih dari satu produk yang dibutuhkan pada PT. Tanjung Abadi.

Mereferensikan kepada orang lain.

Referensi dari pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualannya sebab secara tidak langsung mereka turut melakukan pemasaran untuk perusahaan dan membawa konsumen lain kepada perusahaan. Ini menandakan bahwa pelanggan/konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan pak gendut, beliau juga merekomendasi PT. Tanjung Abadi kepada rekannya untuk melakukan transaksi pada PT. Tanjung Abadi karena beliau merasa puas dan percaya terhadap pelayanan PT. Tanjung Abadi selama ini. *"pernah mbak, di nirwana kan jg saya yang merekomendasikan. Dulu di nirwana kan beli di janti, sekarang wes saya rekomendasikan aja ke PT. Tanjung Abadi. Karena ya harga, ya kemudahan, terus yaitu ga mikir kirimnya kita pesen langsung diantar ke tempatnya loh penak toh"* (wawancara dengan Pak Gendut, Pelanggan PT. Tanjung Abadi).

Adapula pelanggan lain yaitu bapak sueb, beliau juga mengatakan memilih untuk membeli di PT. Tanjung Abadi bahkan tidak jarang beliau juga merekomendasikannya kepada rekannya *"ya pernah se mbak, kadang orang itu tak beritahu kalo cari besi murah disini"* (Wawancara dengan Pak Sueb, Pelanggan di PT. Tanjung Abadi)

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen PT. Tanjung Abadi, mereka banyak merekomendasikan kepada rekannya untuk melakukan transaksi pada PT. Tanjung Abadi karena mereka merasa puas dan percaya terhadap pelayanan PT. Tanjung Abadi selama ini.

Menunjukkan kekebalan terhadap pesaing.

Kekebalan konsumen PT. Tanjung Abadi terhadap pesaing bisa dilihat dari kesetiaan konsumen/pelanggan untuk tetap memilih PT. Tanjung Abadi sebagai pilihan pertama untuk membeli produk sejenis dari pada memilih produk sejenis pada pesaing. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pelanggan enggan memilih tempat lain untuk bertransaksi karena mereka sudah merasa cocok untuk bertransaksi dengan PT. Tanjung Abadi karena kemudahan bertransaksi yang diberikan oleh perusahaan dan dari segi harga serta kualitas juga perusahaan selalu memberikan yang terbaik untuk pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil pemaparan wawancara dari pak gendut yang menyatakan *"Kalau cuma sebatas tanya sih pernah mbak, cuma kalau beli belum pernah. Dari awal kan saya beli langsung ke PT. Tanjung Abadi ga pernah kelainya. Ya alasan seperti yang sudah saya ucapkan tadi mbak, harga dan kemudahannya itu yang menjadi alasan saya."* (wawancara dengan Pak Gendut, Pelanggan PT. Tanjung Abadi).

Sikap konsumen/pelanggan yang menunjukkan kekebalannya dari daya tarik pesaing juga merupakan salah satu ciri dari loyalitas pelanggan, dengan demikian pelanggan menunjukkan tingginya loyalitas pelanggan kepada perusahaan dengan tetap menjadikan PT. Tanjung Abadi sebagai pilihan utama terlepas dari banyaknya pesaing disekitar.

Analisis Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan.

PT. Tanjung Abadi adalah perusahaan yang bergerak pada pembuatan besi dan alat kontruksi yang sudah bergerak lebih dari 10 tahun. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT. Tanjung Abadi berusaha menjalankan bisnisnya berdasarkan prinsip - prinsip etika bisnis islam yang meliputi kesatuan, keseimbangan, kejujuran, tanggung jawab dan kebenaran. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT. Tanjung Abadi percaya bahwa prinsip ketuhanan sangat penting dalam mengatur segala kegiatan usaha agar senantiasa tetap mengingat Allah dan tidak hanya mengejar keuntungan materi mereka percaya bahwa rezeki telah diatur oleh Allah SWT.

PT. Tanjung Abadi selalu menyisihkan hasil dari penjualannya untuk pembangunan masjid, memembayarkan zakat perdagangan dan zakat pribadi pemiliknya setiap tahun kepada warga kurang mampu disekitar lingkungan pabrik. Hal ini sesuai yang disampaikan Allah SWT pada Q.S Al - Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ
وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْحَبِيبَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ
تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.”

Penerapan prinsip kesatuan pada PT. Tanjung Abadi juga dapat dilihat dari sikap perusahaan yang menghimbau karyawannya untuk tetap melaksanakan kewajiban ibadah disela - sela waktu bekerja dengan memberikan waktu beristirahat. Dalam hal ini, penerapan prinsip kesatuan/tauhid pada PT. Tanjung Abadi memadukan keseluruhan aspek kehidupan baik dalam bidang agama, ekonomi dan social menjadi satu kesatuan yang homogen. Atas dasar ini, maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertika maupun horizontal dan membentuk suatu persamaan yang penting dalam sistem islam. (Navqi, 1993)

Penerapan prinsip keadilan pada PT. Tanjung abadi untuk menghindari adanya kecurangan dalam berbisnis yang akan membawa perusahaan kepada kehancuran. Upaya yang dilakukan PT. Tanjung Abadi dalam menghindari adanya kecurangan dan tidaksesuaian dalam menimbang berat besi adalah dengan melakukan KIR atau pemeriksaan rutin kepada seluruh timbangan yang digunakan untuk menghindari kerugian

yang mungkin disebabkan dari ketidaksesuaian timbangan digunakan. Menggunakan alat timbangan yang benar dan valid juga diatur dalam firman Allah pada Q.S Ar-Rahman ayat 9 yang menyebutkan bahwa:

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

“Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu”

Penerapan prinsip keadilan yang ditunjukkan oleh PT. Tanjung Abadi juga terlihat pada sistem perusahaan yang menjual besi dengan harga kiloan untuk menghindari riba. Dalam penentuan harga, perusahaan tidak pernah menjual dan menawarkan besi diatas maupun dibawah harga pasar yang berlaku demi menarik pelanggan.

Selanjutnya, Penerapan prinsip kehendakbebas. Prinsip kehendakbebas mendorong setiap individu untuk bisa aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya (Aziz, 2013). Pada PT. Tanjung Abadi prinsip kehendakbebas ditunjukkan pda kebebasan dalam melakukan pemasaran produk. Pemasaran dilakukan dengan cara mempromosikan produk-produk mereka pada media social facebook, Instagram dan tiktok dan juga promosi melalui radio. Prinsip kehendakbebas pada PT. Tanjung Abadi juga dapat dilihat dari sikap perusahaan yang memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan saran kepada perusahaan. Keluhan maupun saran yang diberikan pelanggan kepada perusahaan tentunya menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk dapat terus meningkatkan kualitas produk maupun pelayanan kepada konsumen ke arah yang lebih baik lagi.

Prinsip tanggung jawab membawa pelaku usaha untuk berani mempertanggung jawabkan segala sikap dan perbuatan yang dilakukan pada kegiatan ekonomi yang dijalankan. Pada penerapannya, sikap tanggung jawab yang ditunjukkan PT. Tanjung Abadi pada kasus timbangan mati/selisih adalah perusahaan siap menanggung selisih dari jumlah timbangan mati keseluruhan, selain itu prinsip tanggung jawab perusahaan juga dapat dilihat dari sikap perusahaan dalam

menangani komplain pelanggan. Komplain pelanggan akan ditindak lanjuti apabila ditemukan kesalahan ada di pihak perusahaan disertai dengan bukti pembayaran/pemesanan yang ada.

Selain itu, perusahaan juga selalu berusaha bertanggung jawab dalam menyelesaikan pesanan besi sesuai dengan permintaan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa dalam penerapannya, prinsip tanggung jawab telah dilaksanakan dengan cukup baik.

Prinsip kebenaran dalam etika bisnis islam menekankan penolakan terhadap kerugian yang akan merugikan salah satu pihak pada saat bertransaksi. PT. Tanjung Abadi menekankan hal kejujuran dan kebajikan dalam berbisnis. Dalam kegiatan berbisnis, pelaku usaha haruslah mempunyai sikap toleransi terhadap keperluan pembeli, baik itu mereka sebagai konsumen tetap ataupun konsumen bebas (Djakfar, 2008)

Prinsip kebenaran dalam PT. Tanjung Abadi ditunjukkan dengan adanya larangan permintaan nota kosong oleh pembeli untuk menghindari terjadinya penipuan dan manipulasi harga yang dilakukan oknum tidak bertanggung jawab. Hal ini diatur dalam Q.S Al-Baqarah ayat 42 yang menghimbau untuk tidak menyembunyikan kebenaran dan menyebabkan kerugian bagi orang lain.

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

"Dan janganlah kamu campuradukkan kebenaran dengan kebatilan dan (janganlah) kamu sembunyikan kebenaran, sedangkan kamu mengetahuinya"

Prinsip kebenaran lainnya yang ditunjukkan oleh PT. Tanjung Abadi dapat dilihat dari menunjukkan kondisi barang yang sesungguhnya kepada calon pembeli apabila ada kekurangan dan cacat pada barang yang akan dibeli pelanggan. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya rasa kecewa atau ketidakcocokan pembeli terhadap barang yang dibeli. Selanjutnya, prinsip kebenaran juga dapat dilihat dari sikap perusahaan yang tidak pernah melakukan penimbunan barang untuk

mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Terkait penimbunan barang, Rasulullah SAW bersabda "tidak akan menimbun barang, kecuali dia seorang pendosa" (H.R Muslim).

Prinsip kebenaran yang diterapkan PT. Tanjung Abadi juga ditunjukkan dengan sikap perusahaan yang menghindari adanya riba dalam transaksi hutang piutang dengan pelanggan. Perusahaan tidak pernah meminta tambahan biaya pada konsumen yang terlibat hutang piutang dengan perusahaan. Pembayaran hutang disesuaikan dengan tempo pembayaran yang sudah ditentukan dalam perjanjian awal agar tidak merugikan pihak manapun.

Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan, penerapan etika bisnis islam pada PT. Tanjung Abadi sudah diterapkan dengan cukup baik. Etika bisnis islam yang dijalankan telah memenuhi 5 prinsip etika bisnis islam dalam kegiatan usahanya. Penerapan etika bisnis ini juga merupakan suatu upaya untuk dapat memenangkan persaingan bisnis secara sehat. Pemahaman tentang etika bisnis islam menjadi bekal penting bagi para pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Hasil studi yang dilakukan oleh Hofifah (2020) menyebutkan bahwa sebagian besar pedagang di daerah Ngebel, Ponorogo melakukan persaingan bisnis tanpa memperhatikan penerapan etika bisnis islam dalam menjalankan kegiatan usahanya. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pesaing dan keinginan pedagang untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa memperhatikan aturan yang telah ditetapkan dalam ajaran agama islam. Sehingga masih banyak pedagang yang melakukan kecurangan dalam menentukan harga, timbangan dan kualitas barang. Akan tetapi pada studi yang oleh Syarofi (2020) pada pengusaha muslim perwira menyatakan bahwa etika bisnis islam berpengaruh positif terhadap persaingan meskipun jenis usaha yang dijalankan mayoritas sama, namun mereka tetap berjalan baik dalam satu wadah organisasi. Pengusaha muslim perwira juga berpedoman bahwa etika bisnis islam harus diterapkan untuk mengatur kegiatan ekonominya.

Fenomena sosial tentang persaingan banyak terjadi di dunia bisnis, akan tetapi dengan adanya penerapan etika bisnis islam dalam menjalankan kegiatan usaha

maka perusahaan dapat menjadikannya pedoman dalam berdagang dan mengambil keputusan tanpa melanggar hal – hal yang tidak diperbolehkan dalam islam. Dalam upaya memenangkan persaingan pasar secara sehat, etika bisnis islam juga diharapkan dapat menciptakan loyalitas di benak pelanggan. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan (Hikmatiar et al., 2018). Untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, perusahaan harus mempunyai pelayanan dan etika yang baik sehingga dapat menciptakan simpati dari masyarakat maupun pesaing (Hasibuan, 2006). Studi yang dilakukan Ofori et al. (2017) menekankan bahwa kualitas dalam pemberian layanan merupakan penentu yang sangat penting dari kepercayaan dan kepuasan yang pada akhirnya menjamin loyalitas. Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Maulidya et al. (2018) menunjukkan bahwa etika bisnis islam pada hotel syariah di bogor mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Etika bisnis islam mampu menciptakan rasa puas dan loyalitas dalam benak pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis islam yang baik akan mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga semakin baik penerapan etika bisnis islam akan berdampak pada semakin tinggi pula pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Akan tetapi pada studi yang dilakukan oleh Salam (2020) menunjukkan hasil bahwa perilaku etika bisnis islam yang diterapkan pada Bank BRI syariah, Bank Muamalat dan Bank Jateng Syariah di Kota Semarang tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah bisnis. Menurut Mulyawan & Rinawati (2016) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai suatu perilaku terhadap pembelian berulang dan telah menjadi suatu kebiasaan, yang mana telah ada keterkaitan dan keterlibatan tinggi pada pilihan konsumen terhadap objek tertentu dan bercirikan dengan ketiadaan pencarian informasi eksternal dan

evaluasi alternatif Loyalitas menjadi tujuan utama perusahaan karena berhubungan dengan kelangsungan hidup suatu merek atau bahkan perusahaan itu sendiri (Yuliana, 2017). Hal itulah yang menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Loyalitas tinggi membawa pelanggan untuk melakukan pembelian dengan prosentasi meningkat pada perusahaan tertentu daripada perusahaan lain (Kotler, 2002). Pelanggan yang setia tercipta dari mereka yang merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan, sehingga pada akhirnya mereka mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan produk atau jasa kita kepada siapapun yang mereka kenal. Maka pada tahap selanjutnya, pelanggan setia tersebut akan memperluas “kesetiaan” mereka kepada produk-produk lain dari perusahaan yang sama.

Untuk mengetahui dampak penerapan etika bisnis islam dalam membangun loyalitas pelanggan pada PT. Tanjung Abadi peneliti melakukan wawancara dan observasi kepada pelanggan dan mendapatkan hasil bahwa alasan pelanggan memilih PT. Tanjung Abadi untuk menjadi pilihan pertama dalam pembelian besi karena harga yang ditawarkan lebih murah dan memiliki produk yang lengkap serta adanya fasilitas pengiriman. Disisi lain mereka merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Menurut pelanggan, perusahaan selalu memberikan pelayanan dan memberikan produk dengan kualitas yang baik, penggunaan timbangan dengan harga yang diberikan juga selalu tepat dan kemudahan dalam pemesanan besi lewat telepon atau whatsapp juga merupakan pertimbangan untuk pelanggan memilih PT. Tanjung abadi. Selain itu pertimbangan lainnya adanya kemudahan pembayaran besi dengan pembayaran ditempat (COD) ataupun pembayaran transfer. Dengan adanya hal itu juga pelanggan merasa bahwa perusahaan sangat terbuka dalam menjalin relasi bisnis yang baik dan membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan sehingga membuat pelanggan tetap setia pada perusahaan. Kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan ini tidak luput dari dampak penerapan etika bisnis islam oleh PT. Tanjung Abadi dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan juga membawa keuntungan tersendiri bagi perusahaan pelanggan tidak ragu memberikan rekomendasi perusahaan kepada kerabat atau teman dalam pilihan terpercaya pembelian besi. Ini merupakan sesuatu yang menguntungkan bagi perusahaan karena secara tidak langsung pelanggan membantu perusahaan dalam melakukan promosi dan membawa konsumen kepada perusahaan. Dengan adanya hal itu dapat disimpulkan bahwa PT. Tanjung Abadi berhasil dalam menerapkan prinsip - prinsip etika bisnis islam dalam kegiatan usahanya sehingga membawa dampak pada terbentuknya loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis islam pada PT. Tanjung Abadi telah diterapkan. Hal ini dibuktikan dengan kegiatan ekonomi yang dijalankan telah sesuai dengan 5 prinsip etika bisnis islam seperti menggunakan timbangan yang sesuai, memberikan harga sesuai dengan harga pasar, tidak menjual barang diatas harga pasar, memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen seperti melakukan pengiriman tepat waktu, kemudahan melakukan pemesanan dan kemudahan melakukan komplain/keluhan. Selain itu perusahaan juga selalu menunjukkan kondisi barang yang sebenarnya kepada konsumen ketika akan melakukan pembelian agar konsumen tidak merasa dirugikan. Penerapan etika bisnis islam ini memberikan pengaruh terhadap yang cukup signifikan dalam membentuknya loyalitas pelanggan terhadap perusahaan karena pelanggan. Sebab menurut studi yang dilakukan oleh Lai et al. (2009) dan Hapsari et al. (2017) menunjukkan bahwa kualitas layanan yang dirasakan, citra perusahaan yang dipegang pelanggan terhadap penyedia layanan dan nilai yang dirasakan memiliki hubungan yang kuat dan positif yang sama dengan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan tercipta karena pelanggan merasa puas terhadap pelayanan dan kualitas barang serta harga yang diberikan oleh PT. Tanjung Abadi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa bentuk dari penerapan etika bisnis islam pada PT. Tanjung Abadi sudah

sesuai dengan lima prinsip etika bisnis islam yang dapat dilihat dari beberapa contoh seperti menggunakan timbangan yang sesuai dan sudah melalui proses tera ulang rutin sebagai alat ukur, menjelaskan dan menunjukkan kondisi barang yang sebenarnya, menjual sesuai dengan harga pasar, tidak menerima permintaan nota kosong, dsb. Berdasarkan data penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa dalam membangun loyalitas pelanggan pada PT. Tanjung Abadi dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kepuasan pelanggan terhadap pelayanan, kejujuran yang diutamakan oleh perusahaan sehingga mendapatkan kepercayaan pelanggan untuk tetap memilih perusahaan, harga dan ketepatan waktu dalam pengerjaan maupun pengiriman. Maka dapat diperhatikan bahwa pentingnya menerapkan etika bisnis islam dalam menjalankan usaha agar tetap dapat mengatur batasan - batasan dalam berbisnis sesuai dengan syariat islam dan pentingnya penerapan etika dalam sebuah bisnis juga dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan pada perusahaan.

Diharapkan kedepannya PT. Tanjung Abadi untuk tetap menjaga kualitas pelayanan dan kualitas barang agar dapat menjaga loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Selain itu juga diharapkan perusahaan dapat menjalankan usahanya sesuai dengan batasan - batasan syariat islam dan tetap memperhatikan etika bisnis islam dalam menjalankan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A. (2013). *Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta.
- Beekun, R. (1977). *Islamic Business Ethics*. Herndon, VA: The International Institute of Islamic Thought.
- Djakfar, M. (2008). *Etika Bisnis Islam: Tataran Teoritis dan Praktis*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Durin, R. (2020). Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis. *Jurnal Valuta*, 6(1), 32-40.
- Farid, M., & Zahroh, A. (2015). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian. *Jurnal Iqtishoduna*, 6(2), 13-30.
- Fauzan, & Nuryana, I. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap

- Kepuasan Pelanggan di Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang. *Jurnal Modernisasi*, 10(1), 38–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.774>
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2017). The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9(1), 21–40. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2016-0048>
- Hasibuan, M. (2006). *Dasar - Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hikmatiar, M., Saepuloh, U., & Aziz, A. (2018). Manajemen Komunikasi Pemasaran Dalam Menjalani Loyaitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 47–69.
- Hofifah, S. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), 37–44. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469)
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile, Vol. 1). Jakarta: PT Prenhallindo.
- Lai, F., Griffin, M., & Babin, B. J. (2009). How quality, value, image, and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom. *Journal of Business Research*, 62(10), 980–986. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.10.015>
- Maulidya, R., Kosim, A., & Devi, A. (2018). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor. *Jurnal Dimesi*, 2, 1–15. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24235/amwal.v11i22.5340>
- Mulyawan, A., & Rinawati. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Loyaitas Mahasiswa (Studi pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis & Entrepreneurship*, 10(2), 119–131.
- Navqi, S. N. (1993). *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*. Bandung: Mizan.
- Ofori, K. S., Boateng, H., Okoe, A. F., & Gvozdanovic, I. (2017). Examining customers' continuance intentions towards internet banking usage. *Marketing Intelligence and Planning*, 35(6), 756–773. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2016-0214>
- Rahayu, Y., Fasa, M., & Suharto. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedangan. *Jurnal Islamic Economics and Finance*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.55657/iefj.v1i1.4>
- Robinson, S., Dixon, R., Preece, C., & Moodley, K. (2007). *Engineering, Business and Professional Ethics*. London: Routledge.
- Salam, A. (2020). Pengaruh Marketing Mix dan Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Keputusan Menjadi Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Bank BRI Syariah, Bank Muamalat dan Bank Jateng Syariah) di Kota Semarang. *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–24.
- Shabiran, L., Herwanti, T., & Rois, I. (2017). Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Iqtishoduna*, 6(2), 190–221.
- Stevens, T. (2000). "The future of visitor attractions", *Travel and Tourism Analyst. Travel and Tourism Analyst*, 1(1), 61–85.
- Sulphey, M. M., & George, S. (2017). A Study On The Relationship Between Customer Satisfaction, Business Ethics and Certain Related Variables. *Journal Of Applied Management and Investments*, 6(1), 67–75.
- Syarofi, M. (2020). Pengaruh Etika Kerja, Etika Bisnis dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Entrepreneur Pada Organisasi Perkumpulan Perempuan Wirausaha Indonesia Dewan Pimpinan Cabang Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 17–47.
- Yuliana, Y. (2017). Upaya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Pendekatan Kualitatif Pada Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan di Fakultas Ekonomi UMN Al - Washliyah Medan T.A 2013/2014. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 2(2), 291–325. <https://doi.org/https://doi.org/10.32696/jp2sh.v2i2.68>