

**Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pelayanan Pusat
Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan**
(Studi Kasus Pusat Perbelanjaan Pakaian
di Kota Pangkalan Brandan)

SKRIPSI

Oleh:

ANNISA FIRDAUSI

NIM: 4022017105

Program Studi

Ekonomi Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

“Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pelayanan Pusat

Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan”

(Studi Kasus Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan)

Oleh:

Annisa Firdausi

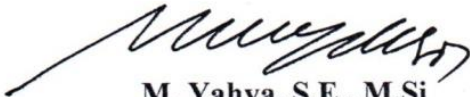
NIM: 4022017105

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, .. Februari 2021

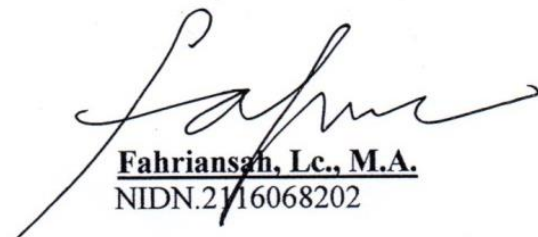
Pembimbing I


M. Yahya, S.E., M.Si
NIDN. 2065311217

Pembimbing 2


Mutia Sumarni, MM
NIDN.2007078805

Menyetujui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Fahriansah, Lc., M.A.
NIDN.2116068202

LEMBAR PENGESAHAN

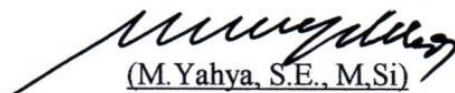
Skripsi berjudul “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan (Studi Kasus Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan)” atas nama Annisa Firdausi, NIM 4022017105 Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqsyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 29 Juni 2021 skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Langsa, 27 Juli 2021


Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa

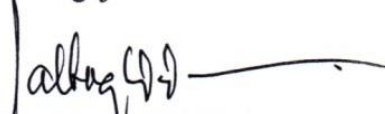
Penguji I


(M. Yahya, S.E., M.Si)
NIP: 196512311999051001


Penguji II


(Mutia Sumarni, MM)
NIDN: 2007078805

Penguji III

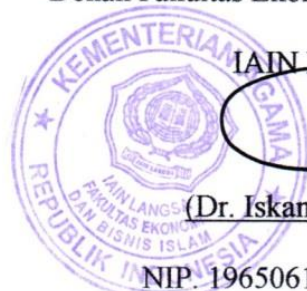

(Drs. Junaidi, M. Ed. MA)
NIP: 196912312009011038

Penguji IV


(Zefri Maulana, S.E., M.Si)
NIP: 198610012019031006

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


IAIN Langsa
(Dr. Iskandar, MCL)
NIP: 196506161995031002

SURAT PERNYATAAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Firdausi
Tempat/Tgl. Lahir : Perlis, 25 Mei 1999
NIM : 4022017105
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Alamat : JL. A. Singapor Pelawi Darat Kec. Babalan Kab.
Langkat

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan (Studi Kasus Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan)” adalah benar hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari ternyata terbukti hasil karya orang lain, maka akan dibatalkan dan saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan isi saya buat dengan sebenar benarnya.

Langsa, 18 Februari 2021

Tertanda,

Annisa Firdausi
4022017105



MOTTO

*“Jangan tuntutan tuhanmu karena pertundanya keinginanmu, tapi tuntutan dirimu
karena menunda adabmu kepada Allah”*

(Syeikh Ibnu Athailah As-Sakandar)

*“Agar sukses, Kemauanmu untuk berhasil harus lebih besar dari ketakutan akan
kegagalan”*

(Bill Cosby)

“Jika terus ragu pada akhirnya kau akan kalah

(Penulis)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Orang Tua Saya
- Keluarga dan Para Sahabat

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis etika bisnis Islam terhadap praktik pelayanan dan mengetahui bagaimana praktik pelayanan pusat perbelanjaan pakaian di Kota Pangkalan Brandan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) menggunakan metode kualitatif deskriptif analisis bersumber dari data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui observasi wawancara dan dokumentasi. Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini berjumlah 11 orang konsumen. Hasil penelitian ini maka, dapat disimpulkan praktik pelayanannya adalah dari para pelayan dan konsumen praktik etika bisnis secara umum belum diterapkan dengan baik oleh pelayanan di pusat perbelanjaan pakaian. Masih banyak para pelayanan yang kurangnya perhatian, kurangnya sopan santun dan keramahan dalam melayani konsumen. Adapun dari ke-empat indikator etika bisnis Islam yang dilakukan pelayanan bertentangan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yaitu prinsip keadilan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan prinsip kebenaran belum diterapkan dengan baik. selain itu pelayan di pusat perbelanjaan pakaian belum melakukan transaksi dengan konsumen baik dari segi menawarkan barang maupun dalam hal melayani konsumen.

Kata kunci : Etika Bisnis Islam, Praktik Pelayanan, Pusat Perbelanjaan

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze Islamic business ethics on service practices and to find out how the service practices of the shopping center in the City of Pangkalan Brandan. This research is a field research (field research) using a qualitative descriptive analysis method sourced from primary data and secondary data collected through interview observation and documentation. The sample used in this study amounted to 8 consumers. The results of this study, it can be concluded that the service practices of the waiters and consumers of business ethics practices in general have not been properly implemented by services in clothing shopping centers. There are still many services that lack attention, lack courtesy and friendliness in serving consumers. As for the four indicators of Islamic business ethics that are carried out services contrary to the principles of Islamic business ethics, namely the principles of justice, responsibility, free will, and the principle of truth have not been properly implemented. In addition, waiters in clothing shopping centers have not made transactions with consumers both in terms of offering goods and in terms of serving consumers.

Keywords: Islamic Business Ethics, Service Practices, Shopping Centers

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas berkah, rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan** (Studi Kasus Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan)”. Sholawat dan salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi yang merupakan sang revolusioner bagi segenap alam, Nabi yang merupakan suri tauladan bagi umatnya dan nabi terakhir yang menjadi penutup segala risalah kebenaran sampai akhir zaman. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan tantangan dan hambatan, akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak tantangan dan hambatan itu dapat teratasi. Bantuan tersebut dapat berupa doa, dukungan, bimbingan, dan motivasi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. H. Basri Ibrahim, M.A selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Dr. Iskandar, M.CL selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Fahriansah, Lc., M.A. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa
4. M. Yahya, S.E., M.Si selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan, koreksi, pengetahuan baru dalam penyusunan skripsi ini, serta membimbing penulis sampai pada tahap penyelesaian skripsi.

5. Mutia Sumarni, MM selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, koreksi, pengetahuan baru dalam penyusunan skripsi ini, serta membimbing penulis sampai pada tahap penyelesaian skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah memberikan sejumlah ilmu pengetahuan kepada peneliti sehingga dapat peneliti gunakan sebagai ilmu penunjang dalam menuliskan skripsi ini.
7. Staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah memberikan bantuannya dalam pengurusan surat penelitian dan sebagainya untuk kelengkapan skripsi penulis.
8. Kepala perpustakaan IAIN Langsa beserta segenap staf yang telah menyiapkan berbagai literatur, memberikan kemudahan untuk memanfaatkan perpustakaan secara maksimal demi menyelesaikan skripsi ini dan memberi kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di perpustakaan IAIN Langsa.
9. Mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.
10. Ayah dan Ibu penulis yang telah membiayai, memotivasi dan senantiasa memberikan doa kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Adik penulis yang telah memberikan motivasi dan senantiasa memberikan doa kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat saya Ernita Zahara, Evi Dariani, Era Safira, Yohana Octaviana, Alya Nada Syifa, Vira Julia Maolida yang telah memberikan semangat dan motivasi, selalu mendampingi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

13. Teman-teman seperjuangan dan seangkatan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN yang telah memberikan motivasi dan semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini serta membantu menyumbangkan idenya selama penyusunan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah Swt. penulis serahkan segalanya, semoga semua pihak yang membantu penulis mendapat pahala di sisi Allah Swt. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Saran dan kritik dari pembaca sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya .*Aamiin yarabbal'alamiin.*

Langsa,Februari 2021

Peneliti

Annisa Firdausi

4022017105

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣ	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	D	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal.

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

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atauharkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— —	Fathah	A	A
— —	Kasrah	I	L
— —	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antaraharkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu;

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ي ' —	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و —	Fathah dan waw	Au	a dan u

c. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama

ل	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ـ ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و----	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

d. Ta marbūtah.

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) ta marbutahhidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2) ta marbūtahmati

Ta marbūtah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalaupun kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu di transliterasikan dengan ha (h).

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydīd dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

f. Kata Sandang.

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu..

Contoh:

- Ar-rajulu : الرجل
- As-sayyidatu: السيدة
- Al-qalamu : القلم

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan

di akhir kata. Bila hjamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh :

- Ta'khuzuna : تاخذن
- An-nau' : النوء
- Syai'un : شئى

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda) maupun harf, ditulisterpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya:

Contoh :

- Wainnallāhalahuakhairar-rāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Wainnallāhalahuakhairurrāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Faaufū al-kailawa al-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Faaufū al-kailawal-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Bismillāhimajrehāwamursāhā : بسم الله مجر اها ومر سها
- Walillāhi 'alan-nāsihijju al-baiti : والله على الناس حخ البيت

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: Huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri sendiri, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wamā Muhammadunillārasūl
- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Nasrunminallāhiwafathunqarib
- Lillāhi al-amrujami'an

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman tranliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman tranliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

	Hal
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA ILMIAH	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Batasan Masalah.....	5
1.3.Rumusan Masalah	6
1.4.Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Tujuan Penelitian	6
1.4.2. Manfaat Penelitian	6
1.5.Penjelasan Istilah.....	7
1.6.Karangka Teori.....	9
1.7.Kajian Terdahulu.....	11
1.8.Metode Penelitian.....	18
1.8.1. Pendekatan Penelitian	19
1.8.2. Lokasi Penelitian.....	20
1.8.3. Populasi dan Sampel	20
1.8.4. Sumber Data.....	21
1.8.5. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	21
1.8.6. Teknik Analisis Data.....	23
1.8.7. Pengujian Keabsahan Data.....	24
1.9.Sistem Pembahasan.....	26
BAB II	
LANDASAN TEORITIS	28
2.1. Etika Bisnis Islam	28
2.1.1. Pengertian Etika Bisnis Islam	28
2.1.2. Indikator Etika Bisnis Islam.....	30
2.2. Pelayanan	32
2.2.1. Pengertian Pelayanan	32
2.2.2. Indikator Pelayanan.....	34
2.2.3. Pelayanan dalam Perspektif Islam	36

BAB III	HASIL ANALISIS PEMBAHASAN ANALISIS	93
	3.1. Gambaran Umum Lokasi Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan	39
	3.2. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan.....	40
	3.3. Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan	46
	3.4. Analisis Penulis Terhadap Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan	50
BAB IV	PENUTUP	
	4.1. Kesimpulan	53
	4.2. Saran-Saran	53
	DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR TABEL

	Hal
1.1.Penelitian Terdahulan.....	12

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama sempurna yang mengatur setiap aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal berbisnis. Bisnis merupakan suatu upaya yang dilakukan seseorang untuk memperoleh keuntungan. Islam tidak melarang umatnya untuk mencari harta melalui kegiatan bisnis. Demi memperoleh keuntungan materi, banyak pebisnis yang tidak segan melakukan bisnis amoral. Hal tersebut dikarenakan pada bisnis konvensional tidak diatur secara rinci mengenai moral dan etika bisnis Islam, yang mana memiliki beberapa prinsip yakni tauhid, keadilan, kehendakan bebas dan bertanggung jawab.

Menurut Hadimulyo, etika bisnis Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist dalam dunia bisnis¹. Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk di dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi maupun distribusi. Hal inilah yang sudah dilakukan pada beberapa pelaku usaha kecil dengan menerapkan etika bisnis dalam kegiatan mereka.

Etika bisnis terkadang tak dihiraukan oleh pelaku bisnis. Dengan menerapkan etika bisnis seorang pebisnis dapat memahami persaingan bisnis yang sangat sulit sekalipun, bagaimana menjaga sopan santun, bersikap ramah, bagaimana cara berpakaian yang baik hingga cara bertutur kata untuk menghadapi

¹ Hadimulyo, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, Pustaka Pesantren, Yogyakarta, 2006, hlm.

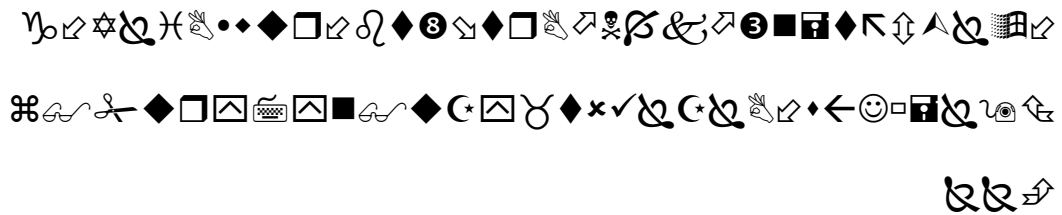
konsumen semua itu ada etikanya². Etika bisnis Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam³.

Peran dalam bisnis tidak hanya dipegang oleh individu, akan tetapi juga melalui penyelenggaraan pelayanan. Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberi kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi⁴. Seperti yang kita ketahui pusat perbelanjaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan dari pesaingnya. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa hendaknya bersikap rendah hati, lemah lembut dan santun. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Q.S. Al-Hijr (15) : 88⁵.



²Irham Fahmi, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014) hal.3
³Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema insani Press, 1993), hal. 31
⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2010), h.22
⁵*Al-qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : PT Syaamil Cipta Media,2004), h.266



Artinya : Janganlah sesekali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang telah kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman.

Jadi, disini kita dianjurkan untuk berperilaku baik, sopan santun dalam pergaulan adalah pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Perilaku sopan dalam berbisnis dengan siapapun tetap harus diterapkan, berbicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik walaupun dengan orang yang berpakaian compang camping dan hitam legam sekalipun. Allah memerintahkan orang muslim untuk rendah hati dan lemah lembut.

Kota Pangkalan Brandan adalah kota yang berada di Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Dimana tentunya banyak sekali kegiatan atau proses hubungan yang bersifat industri. Hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan, toko-toko, dan ruang-ruang usaha lainnya yang tentunya akan ada transaksi-transaksi industri lainnya, salah satunya adalah terkait dengan pelayanan.

Pelayanan sangat berhubungan dengan perilaku konsumen dalam memutuskan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak. Etika pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan bagian dari penilaian pembeli terhadap penjualan. Pelayanan yang baik meliputi kecepatan dalam melayani keramahan petugas yang melakukan penjualan, kemudahan dalam melakukan transaksi perdagangan dan lain sebagainya.

Pelaksanaan etika bisnis Islam pada masyarakat sangat didambakan oleh semua orang, khususnya pelayanan yang ada di pusat perbelanjaan kota Pangkalan Brandan, yang para pelayanan atau penduduknya adalah masyarakat muslim. Menjadi fokus penelitian ini tentunya melayani konsumen sesuai etika bisnis Islam. Namun tidak dipungkiri dengan berbagai sikap dari pelayanan atau konsumen yang dapat memicu lahirnya ketersinggungan dan ketidaksesuaian mengenai etika pelayanan, Terkadang ada pula sedikit perselisihan akibat pelayanan atau konsumen mempertahankan pendapat yang sejatinya bertolak belakang dengan etika bisnis Islam.

Secara umum masalah yang sering timbul pada etika pelayanan pusat perbelanjaan Pangkalan Brandan adalah perilaku pelayanan pakaian di kota Pangkalan Brandan kurang sesuai dengan etika bisnis Islam, selain itu ada pelayanan yang ketika bertransaksi dengan konsumen tidak bersikap ramah ada juga kurang bersopan santun ketika melayani konsumen. Seharusnya bisnis yang sebenarnya adalah bisnis yang tidak mengabaikan etika, sehingga memberikan dampak yang positif bagi konsumen hal ini sangat penting bagi keberlangsungan bisnis karena bisa jadi keberhasilan suatu bisnis tergantung kepada etika pelaku bisnis⁶.

Dari observasi tersebut peneliti melihat bahwa adanya indikasi kurangnya etika bisnis Islam terhadap praktik antara pelayanan dan konsumen dalam menjalankan aktivitas jual beli pakaian diantaranya adalah, ada calon pembeli pakaian pusat perbelanjaan karena pelayanan nya yang terkesan judes, cuek dan

⁶Hasil Observasi Penelitian tanggal 1 April 2020

tidak ramah, maka konsumen membatalkan untuk membeli pakaian di toko tersebut dan memilih untuk berpindah ke toko pakaian yang lain yang pelayanannya lebih ramah, baik dan mempunyai sopan santun dalam melayani konsumen. Hal ini juga yang kemudian menjadikan sebuah indikasi bagi peneliti, apakah dengan banyaknya toko yang ada, pihak toko masih mengutamakan kualitas pelayanan yang baik, khususnya di bidang kualitas layanan yang diberikan kepada pembeli yang kebanyakan adalah pembeli yang berkunjung ke toko tersebut⁷.

Di dalam aktivitas pelayanan terdapat hal yang seharusnya menjadi penting untuk diperhatikan, yaitu tentang perilaku atau etika pelayanan khususnya etika pelayanan dalam islam. Keberlangsungan maupun keberhasilan suatu pelayanan oleh perilaku bisnis dalam beretika. Akan tetapi keadaan tersebut belum terlaksanakan secara baik di Pusat Perbelanjaan Pakaian Kota Pangkalan Brandan. Dengan demikian penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “ **Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan** ”

1.2. Batasan Masalah

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian ini difokuskan pada etika pelayanan. Pelayan disini yang penulis maksud bukan seluruh pelayanan yang ada di pasar kota Pangkalan Brandan namun fokus penelitian ini adalah hanya pada pelayan pusat perbelanjaan pakaian,

⁷Hasil Observasi Peneliti kepada ibu Nur Halimah April 2020

pakaian anak-anak dan pakaian orang dewasa merupakan jenis dagangan yang mendominasi di pusat perbelanjaan kota Pangkalan Brandan.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana praktik pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan?
2. Bagaimana analisis etika bisnis islam terhadap praktik pelayanan di Pusat Perbelanjaan Pakaian Kota Pangkalan Brandan?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumus masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dan manfaat dalam peneliti ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui praktik pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan.
2. Untuk mengetahui analisis etika bisnis islam terhadap praktik pelayanan di Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan.

1.4.2. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi para pelayanan pentingnya etika bisnis islam. Serta dapat menambah wawasan tentang pelayanan dan etika bisnis islam. Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi pada penelitian-

penelitian berikutnya yang berhubungan mengenai pelayanan kepada konsumen dalam etika bisnis islam.

2. Secara Praktis

secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengalaman langsung tentang pengembangan pengetahuan mengenai pelayanan dan menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang praktik pelayanan pusat perbelanjaan kepada konsumen dalam etika bisnis islam. serta dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara beretika bisnis secara Islami.

1.5. Penjelasan Istilah

Adapun kata-kata yang harus dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Praktik

Praktik merupakan suatu sikap belum otomatis terwujud dalam suatu tindakan. Untuk mewujudkan sikap menjadi suatu kondisi yang memungkinkan, antara lain adalah fasilitas.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa praktik merupakan suatu teknik pembelajaran yang memiliki tujuan pengembangan kemampuan dengan menerapkan keterampilan dalam suatu tindakan untuk mewujudkan sikap dan suatu kegiatan nyata.

2. Pelayanan

Pelayanan adalah sebagai aktivitas seseorang, kelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan.

3. Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan adalah sekelompok penjual eceran dan usahawan komersial lainnya yang merencanakan, mengembangkan, mendirikan, memiliki dan mengelola sebuah properti tunggal⁸.

Pengertian lainnya menyebutkan pusat perbelanjaan adalah suatu tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang dan jasa yang dicirikan komersial, yang melibatkan waktu dan perhitungan khusus dengan tujuan memetik keuntungan

4. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam dapat diartikan sebagai ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk tentang hak dan kewajiban moral yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dan menjalankan aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kualitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram) yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadist.

1.6. Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan teori yang berkaitan tentang etika pelayanan. Memahami pengertian etika pelayanan dalam suatu kegiatan perusahaan perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Ketentuan dibuat agar semua komponen yang berhubungan dengan pelayanan dapat menunjang satu sama lainnya. Artinya apabila salah satu aspek diabaikan, pelayanan dari komponen lainnya menjadi

⁸Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2001), h. 16

tidak berguna. Misalnya pelanggan atau konsumen tersinggung dengan cara pelayan bertanya atau gerak-gerik pelayan kurang jelas dari cara berbicara atau berpenampilan. Oleh karena itu etika pelayanan ini harus dilakukan oleh semua komponen agar pelayanan yang diberikan benar-benar sempurna.

Menurut Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan siapapun. Jadi pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi terciptanya kepuasan pada konsumen itu sendiri⁹.

Pada dasarnya pelayanan terhadap konsumen tergantung dari latar belakang pelayanan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat. Namun agar pelayanan menjadi kualitas dan memiliki keseragaman, setiap pelayan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayan. Kualitas yang diberikan harus sesuai dengan standar tertentu seperti yang diinginkan perusahaan. Tanpa standar tertentu maka akan sulit untuk memberikan pelayanan yang lebih berkualitas.

Etika dalam jual beli atau dengan kata lain etika dalam melakukan suatu bisnis sangatlah penting. Karena dengan adanya etika, akan membentuk suatu transaksi yang mengakibatkan kedua belah pihak merasa dihargai sehingga salah satu pihak tidak merasa dizalimi. Etika diartikan sebagai kebiasaan atau adat

⁹Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta, Erlangga, 2002), hlm. 83

istiadat yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri yaitu berupa tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak¹⁰.

Dalam komunikasi bisnis yang Islami salah satu wujud nyata kepedulian sosial, Syahrudin mengatakan bahwa dalam menjalankan kegiatan suatu bisnis harus terdapat praktik etika dengan mengacu pada tujuan bisnis yaitu memperoleh keuntungan tetapi haruslah berdasarkan norma-norma hukum yang tertuang secara eksplisit dalam berbagai peraturan¹¹.

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah, selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkaitan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.

Maka konsep etika bisnis sangat sesuai untuk dijadikan pijakan dasar sehingga akan kembali tercipta keadilan dan kejujuran dalam bermuamalah. Oleh karenanya Rasulullah telah memberikan petunjuk tentang etika bisnis ada lima yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, lima hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhammad SAW.

Adapun Tasmara melalui Labmed (*Laboratory for Management Development*) memperkenalkan model sifat-sifat Rasulullah, yaitu *Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh, dan Istiqamah*¹². Sifat-sifat Rasulullah tersebut telah mengandung etika bisnis islam, sehingga sifat-sifat tersebut dapat menjadi

¹⁰Idris, Hadis Ekonomi, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadist Nabi* (ke.I, Jakarta: Prenada media Group, 2015), h. 3223.

¹¹Syahrudin, *Komunikasi Bisnis Yang Islami Salah Satu Wujud Nyata Kepedulian Sosial*, (Makassar: Alauddin University Press, 2011), h.28.

¹²Tasmara, *Kecerdasan Ruhaniah Transcendental Intelligence*, (jakarta: Gema Insani, 2001), h. 232-237

landasan bagi para pelayan dalam menerapkan etika bisnis Islami di dalam setiap aktivitas pelayanannya.

Lihat dari teori diatas yaitu tentang etika pelayanan maka, alasan penulis memilih teori tersebut karena berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu tentang etika bisnis islam terhadap pelayanan. Dimana kita tahubahwa pelayanan adalah rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka.

1.7. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penelitian menggali informasi dari penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

NO	Penelitian/ Tahun/ Judul	Hasil Penelitian
1.	Wardah Kailani, pada tahun (2019). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penerapan Kualitas Pelayanan Pada Swalayan Amanah Pagutan Mataram.	Dalam penerapan kualitas pelayanan pada Swalayan Amanah menerapkan hal-hal seperti: bekerja secara itqan (cepat dan tepat), jujur dalam takaran, menjual barang yang baik mutunya, longgar dan bermurah hati, menjaga kebersihan dan tidak mengobrol sumpah. Hal tersebut sudah sesuai dengan prinsip-prinsip

		etika bisnis dalam Islam, prinsip-prinsip tersebut diajarkan Islam untuk di terapkan dalam dunia perdagangan agar memperoleh keberkahaan pada usaha yang dijalankan.
2.	Edi Siswanto, pada tahun (2019). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan Produk Gadai Pada Bank Mandiri Kantor Cabang Bengkulu.	Kualitas layanan produk gadai emas pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu dapat dikategorikan efektif dan efisien. Hal ini dapat dilihat dari prosedur gadai emas yang diterapkan yaitu calon nasabah datang ke Bank Syariah Mandiri dengan membawa emas yang mau digadaikan apabila persyaratan yang diminta oleh pihak Bank Syariah Mandiri terpenuhi, nasabah bisa mengisi formulir gadai emas yang sudah disediakan oleh Bank Syariah Mandiri. Barang jaminan berupa emas yang dibawa oleh nasabah akan diteliti kualitasnya oleh petugas gadai. Guna dapat

		<p>menentukan nilai pembiayaan yang akan diterima oleh nasabah. Petugas gadai akan menaksir harga emas yang akan digadaikan. Petugas gadai akan menguji keaslian dari emas yang akan dibawa oleh nasabah sesuai dengan langkah-langkah yang telah ditentukan. Kemudian petugas gadai memberikan info kepada <i>officer</i> mengenai pembiayaan yang akan dilakukan oleh nasabah. Jika <i>officer</i> menerima pembiayaan, maka petugas gadai akan memberitahu kepada nasabah.</p>
3.	<p>Rahmayani Nashihatun Aminah, pada tahun (2017). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Transportasi Bus Trans Jogja</p>	<p>Pelayanan Trans Jogja belum sesuai dengan aturan yang tercantum di dalam standar pelayanan minimum yang ditetapkan, akan tetapi dalam pengupayaannya pihak PT.AMI dan PT.JTT telah mengusahakan dengan sebaik-baiknya. Belum terpenuhi pelayanan yang ideal sesuai dengan SPM disebabkan armada bus sudah</p>

		tua dan belum mendapatkan penggantian sertaminimnya data.
4.	Mulyani, pada tahun (2018). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Dalam Menjual Sepeda Motor Secara Kredit Dan Tunai (Studi pada PT. Capella Dinamik Nusantara Lhokseumawe)	Hasil penelitian ini adalah bentuk pelayanan pada Dealer PT. Capella Dinamik Nusantara Lhokseumawe sesuai dengan standar operasional perusahaan. Pihak Dealer PT. Capella Dinamik Nusantara Lhokseumawe, menemukan satu kekurangan, yaitu perbedaan pelayanan antara konsumen dan yang membeli secara tunai dan secara kredit, perbedaan perlakuan kepada calon pembeli tidak sesuai dengan etika bisnis Islam karena tidak memperhatikan konsumen secara adil dan jujur, padahal dalam sebuah bisnis customer adalah raja, sebagaimana mestinya seorang raja harus diperlakukan secara khusus.
5.	Rahmat Fauzi, pada tahun (2019). Prilaku Pengusaha Bengkel Dalam Pelayanan Jasa Ditinjau	Prilaku pelayanan jasa di bengkel S.B di Kota Bengkulu masih buruk atau kurang baik. Hal ini peneliti

	<p>Dari Etika Bisnis Islam Kota Bengkulu</p>	<p>buktikan berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan selama 1 minggu di bengkel S.B tentang pelayanan jasa yang di terapkan melalui wawancara kepada 10 orang nasabah yang melakukan service kendaraan di bengkel tersebut. diantaranya masih mengatakan bahwa pelayana di bengkel S.B masih kurang baik atau masih buruk.</p>
--	--	--

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Adapun perbedaan dan persamaan penelitian yang peneliti lakukan dengan peneliti-peneliti terdahulu sebagai berikut :

1. Wardah Kailani, pada tahun (2019). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penerapan Kualitas Pelayanan Pada Swalayan Amanah Pagutan Mataram. Dalam penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif. Hasil penelitian terdahulu lebih menerapkan hal-hal seperti bekerja secara cepat dan tepat, jujur dalam takaran, menjual barang yang baik mutunya. Berbeda dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu bertentangan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip

keadilan, tanggung jawab, kehendakan bebas, dan prinsip kebenaran.¹³.

Persamaan yaitu penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan peneliti lakukan Sama-sama meneliti tentang Etika bisnis Islam terhadap pelayanan.

2. Edi Siswanto, pada tahun (2019). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan Produk Gadai Pada Bank Mandiri Kantor Cabang Bengkulu. Dalam penelitian terdahulu penelitian menggunakan metode lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Adapun tujuan penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan produk gadai emas pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu.¹⁴ Berbeda penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu untuk mengetahui bagaimana etika bisnis Islam terhadap praktik pelayanan pusat perbelanjaan pakaian. Persamaannya yaitu sama-sama membahas etika bisnis Islam adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif.
3. Rahmayani Nasihatun Aminah, pada tahun (2017). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Transportasi Bus Trans Jogja. Penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mengetahui implementasi jasa pelayanan yang diberikan oleh bus Trans Jogja, serta menganalisis pandangan etika

¹³Wardah Kailani, “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penerapan Kualitas Pelayanan Pada Swalayan Amanah Pagutan Mataram*” (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2019), h. 1

¹⁴Edi Siswanto, “*Tinjaun Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu*” (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019), h.1

bisnis islam terhadap pelayanan transportasi bus Trans Jogja¹⁵.Berbeda penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu untuk mengetahui bagaimana etika bisnis Islam terhadap praktik pelayanan pusat perbelanjaan pakaian.Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya, penelitian terdahulu yang menjadi objek adalah transportasi bus Trans Jogja, sedangkan penelitian ini yang menjadi objeknya adalah pusat perbelanjaan pakaian di Kota Pangkalan Brandan. Persamaannya yaitu Sama-sama meneliti tentang etika bisnis Islam terhadap pelayanan. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif.

4. Mulyani, pada tahun (2018). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Dalam Menjual Sepeda Motor Secara Kredit Dan Tunai. (Studi pada PT. Capella Dinamik Nusantara Lhokseumawe). Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya, penelitian terdahulu yang menjadi objek adalah menjual sepeda motor secara kredit dan tunai pada PT. Capella Dinamik Nusantara Lhokseumawe transportasi, sedangkan penelitian ini yang menjadi objeknya adalah pusat perbelanjaan pakaian di Kota Pangkalan Brandan. Adapun tujuan penelitian terdahulu adalah untuk mendeskripsikan bentuk pelayanan pada PT. Capella Dinamik Nusantara kepada konsumen, untuk menganalisis pandangan etika bisnis Islam terhadap pelayanan di Dealer Sepeda motor terhadap

¹⁵Rahmayani Nasihatun Aminah, " *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Transportasi Bus Trans Jogja* " (Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), h. 1

konsumen.¹⁶sedangkan penelitian yang akan saya lakukan yaitu untuk mengetahui bagaimana etika bisnis Islam terhadap praktik pelayanan.Persamaannya yaitu Sama-sama meneliti tentang etika bisnis Islam terhadap pelayanan. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif.

5. Rahmat Fauzi, pada tahun (2019). Prilaku Pengusaha Bengkel Dalam Pelayanan Jasa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Kota Bengkulu. Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya, penelitian terdahulu yang menjadi objek adalah perusahaan bengkel dalam pelayanan jasa di Kota Bengkulu, sedangkan penelitian ini yang menjadi objeknya adalah pusat perbelanjaan pakaian di Kota Pangkalan Brandan.¹⁷Persamaannya yaitu Sama-sama meneliti tentang etika bisnis Islam terhadap pelayanan. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif.

1.8. Metode Penelitian

Untuk mencapai suatu tujuan maka metode merupakan salah satu bagian terpenting dalam penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

¹⁶ Mulyani, “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Menjual Sepeda Motor Secara Kredit Dan Tunai Studi pada PT. Capella Dinamik Nusantara Lhokseumawe*” (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Negeri Lhokseumawe, 2018), h. 1

¹⁷Rahmat Fauzi, “*Perilaku Pengusaha Bengkel Dalam Pelayanan Jasa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Kota Bengkulu*” (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2019), h. 1

1.8.1. Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian menggambarkan jenis/ bentuk penelitian yang mendasari penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian yang dilakukan secara deskriptif analisis.

Penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek yang diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis, yakni suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu fenomena/peristiwa secara sistematis sesuai dengan dengan apa adanya. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan saat ini. Sedangkan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati¹⁸.

1.8.2. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Pusat Perbelanjaan Pakaian Kota Pangkalan Brandan, pusat perbelanjaan ini dipilih sebagai objek penelitian berdasarkan atas pertimbangan bahwa pusat perbelanjaan yang strategis yang berada di Kota Pangkalan Brandan. Alasan saya meneliti di tempat tersebut karena melihat latar belakang dari pelayanan yang kurangnya etika bisnis Islam.

¹⁸Moh.kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, (UIN-Malang Press:Jalan Gajayana,2010), h. 150

1.8.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek, subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah metode dimana sampel diperoleh bergulir dari satu responden ke responden lainnya, atau dengan kata lain dalam penentuan sampel pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh orang sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. Dalam pengambilan sampel peneliti mengambil 11 orang yang berkecimpung sebagai konsumen dengan pertimbangan dapat memberikan data yang lengkap.

1.8.4. Sumber Data

Sumber data adalah tempat atau orang dimana data dapat diperoleh.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian oleh objek penelitian¹⁹. Adapun informan dalam penelitian ini adalah para pelayan pusat perbelanjaan yang ada di kota Pangkalan Brandan..

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data sekunder diperoleh dari sumber data sekunder diharapkan dapat membantu mengungkapkan data yang diharapkan²⁰.

1.8.5. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi data yang diterapkan²¹.

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi. Dalam proses ini, hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan memenuhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut adalah pewawancara, responden, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan, dan situasi wawancara²². Teknik wawancara ini dilakukan dengan struktur yang tidak ketat atau informal guna menanyakan pendapat responden tentang situasi tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai responden yang telah ditemukan kriterianya dengan

¹⁹Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 132

²⁰*Ibid*

²¹Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 62

²²Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Lp3es, 2012), h. 318

mengajukan pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, yakni pelayanan pusat perbelanjaan yang ada di kota Pangkalan Brandan²³.

2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan menyaksikan langsungnya, dan biasanya peneliti dapat sebagai partisipasi atau observasi dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang sedang ditelitinya.²⁴Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran secara langsung tentang etika pelayanan.

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan observasi yang dilakukan secara langsung baik secara formal maupun informal guna mengumpulkan informasi data, disini peneliti hanya mengambil 11 responden untuk diwawancarai mengenai masalah yang sedang diteliti dengan mengambil dan mencatat kejadian-kejadian yang ada di dalam pelayanan pusat perbelanjaan.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, dan karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), kriteria, biografi, peraturan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup²⁵.

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 318

²⁴Roslan Rosadi, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2008), h. 221

²⁵Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, 2016), h. 82

1.8.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan serangkaian kegiatan mengolah seperangkat hasil, baik dalam bentuk temuan-temuan baru maupun dalam bentuk pembuktian kebenaran hipotesis²⁶. Setelah data dikumpulkan dari lapangan maka tahap berikutnya pengolahan data dengan metode-metode sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan penyederhanaan, pemotongan atau penghapusan terhadap berbagai temuan data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara sehingga data yang diperoleh yaitu data jumlah dan jenis pelayanan di Kota Pangkalan Brandan.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan pemaparan secara sistematis dan akurat yang diperoleh dari observasi dan wawancara di lapangan sehingga dapat diterima kebenarannya yaitu data jumlah dan jenis pelayanan di kota Pangkalan Brandan dan hasil wawancara.

3. Verifikasi Data

Verifikasi data dilakukan apabila kesimpulan awal yang ditemukan masih bersifat sementara, dan akan ada perubahan-perubahan bila tidak dibarengi dengan bukti-bukti pendukung yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung dengan bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan

²⁶Suharsimi Arianto, *Prosedur Penelitian*, h. 4

merupakan kesimpulan yang dapat dipercaya²⁷. Hal ini sesuai dengan jelas penelitian kualitatif itu sendiri bahwa masalah yang timbul dalam penelitian kualitatif sifatnya masih sementara dan dapat berkembang setelah terjun ke lapangan.

1.8.7. Pengujian Keabsahan Data

Dengan melihat pemahaman dalam pengumpulan data sebelumnya yang memperhatikan keragaman sumber data dan teori yang dikumpulkan maka dalam memenuhi keabsahan data penelitian ini menggunakan strategi triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan kebenaran data sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh. Jenis triangulasi yang digunakan peneliti adalah triangulasi metode, triangulasi sumber data, triangulasi teori.²⁸

1. Triangulasi metode, triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Sebagaimana dikenal dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan survey. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan wawancara, observasi survei atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Melalui beberapa perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, h. 252

²⁸Tohirin. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. (Yogyakarta : Pustaka Belajar. 2013).h76.

Dengan demikian, jika data itu sudah jelas, misalnya berupa teks atau naskah/transkripfilm, novel dan sejenisnya, triangulasi tidak perlu dilakukan. Namun demikian, triangulasi aspek lainnya tetap dilakukan.

2. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara jitu menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.
3. Triangulasi teori. Makna lainnya adalah penjelasan banding (*rival explanation*). Hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau *thesis statement*. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teoritik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh. Diakui tahap ini paling sulit sebab peneliti dituntut memiliki *expert judgement* ketika membandingkan temuannya dengan perspektif tertentu lebih-lebih jika perbandingan temuannya.

1.9. Sistematis Pembahasan

Untuk memudahkan dalam memahami hasil penelitian ini, maka sistematika proposal ini disusun menurut sistematika berikut:

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini dipaparkan beberapa persoalan mendasar yakni: latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat peneliti, penjelasan istilah, kerangka teori, kajian terdahulu, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini terdiri dari definisi pelayanan, kualitas pelayanan, pelayanan dalam perspektif ekonomi islam, dan dimensi kualitas pelayanan dalam perspektif ekonomi islam.

BAB III Hasil Pembahasan

Bab ini, menguraikan tentang hasil dan pembahasan dari hasil penelitian Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Kepada Pembeli dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Kota Pangkalan Brandan.

BAB IV Penutup

Pada penelitian ini memarkan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Etika Bisnis Islam

2.1.1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Secara etimologi (bahasa) “etika” berasal dari kata bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk tunggal, “*ethos*” berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan.

Etika Bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat bisnis dan norma dimana pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya. Etika bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama yaitu Al-Qur’an dan Sunnah Nabi SAW. Dua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada, membimbing dan mengarahkan semua perilaku individu atau kelompok dan menjalankan ibadah, perbuatan atau umat Islam. Jadi etika bisnis Islam adalah norma dan tuntunan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana harus selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam sebagai acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis²⁹

²⁹Rafik Issa Beekun. *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007, h. 3

Sedangkan etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar adalah norma norma yang berbasis Al-quran dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunnah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh³⁰.

Dengan demikian etika bisnis dalam syariat Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam menjalankan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar³¹. Allah SWT berfirman:



Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu". (QS. An-Nisa:29).

³⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, Malang: UIN Malang, 2008, h. 84

³¹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta Pustaka Belajar, 2009, h. 171

Jadi sesuai dengan pernyataan diatas menurut Mustaq Ahmad, etika bisnis Islam adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadist³².

Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunnah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (holistik).

Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

2.1.2. Indikator Etika Bisnis Islam

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka penulis menggunakan empat indikator etika bisnis Islam yaitu keadilan, kehendakan bebas, tanggung jawab dan kebenaran:

a. Keadilan

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengajarkan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. pengertian adil dalam islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial hak alam semesta dan hak Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai stakeholder dan perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan

³²Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, 2001. h. 152

sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak diatas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman³³.

Sebagaimana firman Allah SWT:



Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu berlaku adil dan berbuat kebajikan memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (QS. An-Nahl:90)³⁴.

Jadi maksud dari ayat diatas Allah memerintahkan untuk berbuat baik terhadap para kerabat dan melarang berbuat kezaliman dan perkataan buruk serta permusuhan. Apa yang diperintahkan dan apa yang dilarang dalam ayat ini dengan harapan mau mengambil pelajaran dari nasihat tersebut.

b. Kehendak Bebas

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan aktif dalam kehidupan ekonomi. hal ini dapat berlaku bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif, dimana pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak manapun, tidak kecuali negara

³³Faisal Badroen, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007, h. 89

³⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an*, h. 277

dengan otoritas penentuan harga atau private sector dengan kegiatan monopolistik.

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.

c. Tanggung Jawab

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tanggung jawab muslim yang sempurna ini tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya.

d. Kebenaran

Prinsip ini disamping memberi pengertian benar dan salah, merupakan prinsip yang mengandung dua unsur penting yaitu kebijakan dan kejujuran.

Kebenaran merupakan satu prinsip yang tidak bertentangan dengan seluruh ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar dan jauh dari kesan salah, misalnya dalam proses transaksi barang, proses pengembangan bisnis maupun proses untuk mendapatkan keuntungan harus berdasarkan prinsip kebenaran.

2.2. Pelayanan

2.2.1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, kelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembaharuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga dapat buku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan³⁵.

Jadi pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak terwujud dan tidak dapat dimiliki. Apabila karakteristik pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang baik, yaitu:

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Dari karakteristik diatas maka dapat dijadikan sebagai dasar perusahaan memberikan pelayanan terhadap konsumen. Pelayanan yang diberikan harus nyata

³⁵M. Nur Riyanto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010, hlm. 211-212

dan merupakan tindakan yang langsung dirasakan oleh konsumen, sehingga konsumen dapat merasakan secara langsung dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan³⁶. Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksi dapat atau tidak dapat dikaitkan suatu produk fisik.

Selanjutnya pelayanan umum adalah kegiatan yang oleh seorang (sekelompok orang) dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Munir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dan waktu yang diperlukan maupun hasilnya. dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, pengawasan dan mengevaluasi kegiatan pelayanan agar hasil akhir memuaskan kepada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan³⁷

2.2.2. Indikator Pelayanan

³⁶R.A Supriyono, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2010), h. 22

³⁷Munir, *Manajemen Pelayanan Umum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 275

Peningkatan Pelayanan berarti berbicara tentang bagaimana cara yang harus diperoleh agar mutu/kualitas tersebut ditingkatkan. Pelayanan yang diberikan hendaknya pelayanan yang dapat memberikan rasa puas bagi si penerima layanan tersebut dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan untuk selalu disempurnakan dan ditingkatkan kualitasnya pada masa yang akan datang. Adapun indikator pelayanan sebagai berikut³⁸:

a. Daya Tanggap

Mempunyai Indikator kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat serta tanggap terhadap keinginan konsumen.

Kepuasan pada dimensi responsiveness berdasarkan persepsi bukan aktualnya, karena persepsi mengandung aspek psikologis lain, maka faktor komunikasi dan situasi fisik di sekeliling pelanggan yang menerima pelayanan merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi nilai pelanggan.

b. Keandalan

Mempunyai indikator kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya, Dimensi ini sebagai alat untuk mengukur keandalan dari perusahaan yang memberikan pelayanan kepada konsumennya. Ada dua aspek yang dari dimensi ini, pertama adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang

³⁸Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo Gramedia 2009, h. 57-59

diberikan. Kedua adalah seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat.

c. Perhatian

Mempunyai indikator kemampuan perusahaan untuk memberikan perhatian yang tulus yaitu bersifat individual kepada konsumen dengan berusaha memahami keinginan konsumen.

d. Kemampuan Fisik

Mempunyai indikator karena suatu pelayanan tidak dapat dilihat, diraba dan dicium akan tetapi dapat dirasakan sehingga aspek tangibles (kemampuan fisik) menjadi penting sebagai ukuran pelayanan, Konsumen akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan.

e. Keyakinan

Mempunyai indikator yaitu yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para konsumen. Berdasarkan banyak riset yang dilakukan ada empat aspek dalam dimensi ini yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan.

2.2.3. Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam Islam telah mengangkat kerja pada level kejiwaan religius yang digandengkan dengan iman. Hubungan antara iman dan amal (kerja) itu semua sama dengan hubungan antar pohon dengan akar, yang salah satunya tidak

mungkin eksis tanpa adanya yang lain³⁹. Islam mengajarkan kepada umat manusia agar dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam yakni bersifat profesional, amanah, memelihara etos kerja. Adapun penjelasan sebagai berikut⁴⁰.

a. Bersikap profesional

Bagi seseorang yang telah memiliki tanggung jawab dalam hidupnya, bekerja merupakan kebutuhan hidup yang hukumnya wajib, ini karena bekerja sama mulianya dengan melaksanakan ibadah lainnya seperti sholat, haji atau membayar zakat. Dalam banyak keterangan, Allah SWT sangat menghargai orang yang giat bekerja karena itu berarti ia telah menunaikan salah satu kewajiban.

“Sesungguhnya Allah telah mewajibkan atas kalian berusaha (bekerja) maka hendaklah kalian berusaha.” (HR. Thabrani)

b. Bersikap Amanah

Seorang muslim yang telah memiliki sifat profesional haruslah memiliki sifat amanah, yakni terpercaya dan bertanggung jawab. Rasulullah SAW memerintah setiap muslim untuk selalu menjaga amanah yang diberikan kepadanya.

“Tunaikan amanat terhadap orang yang mengamatimu dan janganlah berkhianat terhadap orang yang mengkhianatimu”. (HR Ahmad dan Abu Dawud)

Rasulullah SAW menggambarkan orang-orang yang tidak memegang amanah sebagai bukan orang yang beriman dan tidak memiliki agama, bahkan lebih jauh

³⁹Mustaq Ahmad, *Etika Dalam Islam*, Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2001, hlm. 10

⁴⁰Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, hlm. 104

lagi, orang-orang yang selalu melanggar amanah digambarkan sebagai orang munafik.

“Tidak beriman orang yang tidak memegang amanah dan tidak ada agama orang yang tidak menepati janji.”(HR. Ad- Dailami)⁴¹.

Oleh karena itu sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Sikap itu bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa apapun aktivitas yang dilakukan termasuk pada saat dia bekerja selalu diketahui oleh Allah SWT.

c. Memberikan Etos Kerja/ Bersungguh-sungguh

Selain memiliki Sikap Profesional dan sifat amanah, seseorang dikatakan profesional jika seseorang bekerja secara semangat dan bersungguh-sungguh. Dia juga harus memiliki etos kerja yang tinggi. Dengan utama seorang muslim dalam bekerja adalah bahwa aktivitas kerjanya itu dalam pandangan islam merupakan bagian dari ibadah, karena bekerja merupakan pelaksanaan salah satu kewajiban, dan hasil usaha yang diperoleh seorang muslim dari kerja kerasnya dinilai sebagai penghasilan yang mulia⁴².

”Tidaklah seorang diantara kamu makan suatu makanan lebih baik dari pada memakan dari hasil keringatnya sendiri.” (HR. Baihaqi)

Dari hadits diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memenuhi kebutuhan hidup seseorang harus berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Dan dalam kebutuhannya diperlukan semangat yang tinggi dan bersungguh-sungguh.

⁴¹*Ibid*, hlm, 105

⁴²*Ibid*, hlm. 114.

BAB III

HASIL ANALISIS PEMBAHASAN PENELITIAN

3.1. Gambaran Umum Lokasi Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan

Pangkalan Brandan adalah Ibu Kota yang berada di Kecamatan Brandan Timur Kabupaten Langkat Sumatera Utara. Dimana tentunya banyak sekali kegiatan atau proses hubungan yang bersifat industri. Tingkat pertumbuhan perdagangan Kota Pangkalan Brandan banyak didominasi oleh perdagangan pakaian sebagai kebutuhan sandang manusia. Lokasi pusat perbelanjaan pakaian memilih tempat di Kota Pangkalan Brandan sebagai kawasan perdagangan dan jasa yaitu terletak di pesisiran pantai Timur Pulau Sumatera, sekitar 60 Km di sebelah Utara Kota Binjai. Lokasi utama pusat perbelanjaan pakaian yaitu tempat perbelanjaan pakaian, berdiri dengan keadaan yang sangat sederhana dan juga letak lokasi yang sangat strategis. Pusat perbelanjaan pakaian ini buka dari jam 08:00 pagi hingga 21.00 malam⁴³.

Pusat perbelanjaan merupakan satu rangkaian, yang menjual pakaian dan barang keperluan harian. Pusat perbelanjaan pakaian Kota Pangkalan Brandan menyediakan berbagai pakaian untuk semua peringkat umur termasuk wanita, laki-laki, remaja, anak-anak dan bayi dengan harga yang terjangkau. Bahkan Kalau belanja dalam jumlah banyak, penjual akan memberikan harga yang jauh lebih murah. Penjual di pusat perbelanjaan pakaian Kota Pangkalan Brandan selalu terbuka dengan tawar-menawar.

⁴³Hasil Observasi Peneliti Pada tanggal 15 Oktober

3.2. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan

Dalam bekerja dan berbisnis wajib bagi setiap manusia untuk memahami bagaimana bertransaksi agar tidak terjerumus dalam jurang keharaman karena ketidaktahuan. Oleh karena itu, seorang pelayanan harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam melakukan praktik kejujuran dan berusaha menghindari memperoleh kekayaan dengan cara yang tidak adil agar menjadi pebisnis yang berpegang teguh dengan etika bisnis Islam, karena dengan begitu usaha yang dijalankan akan sukses dan maju dan menjadi orang yang sholeh dalam melakukan semua amal perbuatan sebagai khalifah di muka bumi ini⁴⁴.

Manusia hidup di dunia mempunyai dua posisi yaitu sebagai hamba Allah dan sebagai khalifah. Sebagai hamba artinya manusia wajib menyembah Allah dan beribadah sesuai dengan tuntunan Rasul. Sedangkan sebagai Khalifah itu sendiri, manusia harus bekerja keras memakmurkan bumi dengan mengelola sumber daya secara optimal, untuk kesejahteraan dan keselamatan manusia di dunia dan di akhirat. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di pusat perbelanjaan pakaian Kota Pangkalan Brandan. Maka dari itu di dalam berbisnis harus dilandasi oleh etika bisnis Islam penulis akan menganalisis etika para pelayanan dalam melakukan transaksi jual beli ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

⁴⁴Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islam untuk Dunia Usaha*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h.45.

1. Prinsip keadilan

Keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara adil dan sesuai dengan kriteria yang dapat dipertanggungjawabkan, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik yang membawa akibat yang baik pula. Selain itu manusia yang melakukan transaksi dalam bidang bisnis harus memberikan haknya sesuai dengan hak masing-masing atau perilaku adil dan dengan klandasan pada syariat Islam.

Wawancara yang dilakukan terhadap konsumen Ibu Nurma mengenai praktik etika bisnis Islam dalam beberapa bulan lalu, beliau mengatakan :

“Menurut saya belum adil, karena masih banyak karyawan yang melayani pembeli tidak sama rata, ya contohnya saja seperti pelanggan yang lama dikasih harga murah sedangkan pelanggan yang baru dikasih harga yang agak lumayan mahal”.⁴⁵

Dari hasil wawancara Ibu Nurma berarti pelayanan pusat perbelanjaan pakaian belum melayani dengan adil, padahal mereka sama-sama pembeli yang seharusnya memperoleh keadilan dalam memberikan harga. Pelanggan lama memberikan harga yang murah, sedangkan pelanggan baru mendapatkan harga yang lumayan mahal. Hal ini mengakibatkan ketidakadilan dalam memberikan harga kepada konsumen.

Dari hasil wawancara di atas menggambarkan bahwa praktik etika bisnis Islam dalam transaksi dengan konsumen dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam dilihat dari segi jawaban konsumen masih sangatlah kurang baik artinya, pelayanan dalam melakukan transaksi penjualan dalam memperlakukan konsumen tidaklah adil. Sedangkan prinsip keadilan menuntut setiap manusia

⁴⁵Wawancara dengan Ibu Nurma Konsumen Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan pada tanggal 16 Oktober 2020

diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang dapat di pertanggung jawabkan. Dalam beraktivitas di dunia kerja maupun dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.

Jadi pelayanan pusat perbelanjaan pakaian tidak sesuai dengan ketentuan prinsip etika bisnis Islam yaitu dalam hal keadilan dalam segala aktivitas terutama di dunia bisnis, kita sebagai manusia dianjurkan untuk selalu bersikap adil dan Allah maha mengetahui apa yang kita buat.

2. Prinsip Kehendak Bebas

Kehendakan bebas merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, sehingga kepentingan individu di buka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya.⁴⁶

Selain itu wawancara terhadap Ibu Ira selaku konsumen mengenai praktik etika bisnis Islam dalam beberapa bulan lalu, beliau mengatakan :

“Untuk saat ini menurut saya pelayanan nya tidak memaksa saya membeli barang tersebut, namanya juga orang jualan pasti menawarkan barang yang ada di pusat perbelanjaan pakaian, itu kan hak konsumen untuk membeli barang tersebut atau tidak”⁴⁷

⁴⁶Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics.....*, h. 87

⁴⁷Wawancara dengan Ibu Ira Konsumen Pusat Perbelanjaan Pakaian Kota Pangkalan Brandan pada tanggal 15 Oktober 2020

Dari hasil wawancara Ibu Ira hal ini menunjukkan bahwa pihak pelayanan selalu memberikan kebebasan kepada konsumen dalam berbelanja produk yang disediakan

Dalam berbisnis manusia memiliki kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk kelulusan memilih untuk membatalkan akad jual beli atau meneruskannya. Namun hal ini pelayanan memberikan kebebasan kepada konsumen untuk membeli atau membatalkannya, bisa dibidang juga pelayan seperti tidak memaksa konsumen untuk membeli pakaian tersebut.

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan tersebut tidak merugikan kepentingan orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam apabila ditinjau dari prinsip kehendakan bebas dapat dikatakan cukup baik. Berdasarkan prinsip kehendakan bebas, dalam berbisnis manusia memiliki kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk keleluasan memilih untuk membatalkan akad jual beli.

3. Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan perbuatan terbaik segala urusan. Islam menaruh penekanan yang sangat besar pada prinsip tanggung jawab, tetapi ini bukan berarti kurang memperhatikan kebebasan individu. Justru Islam berusaha menciptakan keseimbangan yang tepat di atas keduanya. Dimana manusia memiliki tanggung jawab atas tindakan-tindakannya terhadap

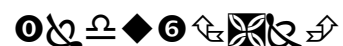
oranglain⁴⁸. Praktik etika tanggung jawab juga dilakukan pelayanan pusat perbelanja pakaian, karena dalam menjalankan bisnis yang paling diutamakan adalah kenyamanan konsumen yakni dengan melayani konsumen dengan baik dan penuh tanggung jawab.

mengenai praktik etika bisnis Islam dalam beberapa bulan lalu, penelitian mewawancarai Ibu Azmila selaku konsumen beliau mengatakan:

“Menurut saya pelayanan nya juga bertanggung jawab jika ada keluhan dari pembeli pelayanannya menanggapi dengan baik, namanya juga pembeli pasti banyak mengeluh soal harga yang pertama kali pelayanan nya meminta maaf kepada konsumen menyesuaikan harga”⁴⁹.

Dari hasil wawancara Ibu Azmila menunjukkan meskipun ada beberapa keluhan yang diterima, pihak pelayanan selalu menanggapi dengan baik dari keluhan tersebut.

Dalam dunia bisnis, bertanggung jawab di lakukan kepada kedua sisi kepada Allah dan kepada masyarakat. Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah selalu mengamati perilakunya dan akan mempertanggung jawabkan semua tingkah lakunya kepada Allah di hari akhirat nanti. Sisi kepada masyarakat, hal ini sesuai apa yang ada didalam Al-Qur;an surat Al-Muddassir ayat 38 :



“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”

⁴⁸Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Islam dalam Al-Qur'an....*, h 153

⁴⁹Wawancara dengan ibu Azmila Konsumen Pusat perbelanjaan Pakaian Kota Pangkalan Brandan pada tanggal 16 Oktober 2020

Dari ayat diatas sudah jelas bahwa setiap kegiatan manusia dimintai pertanggungjawabannya baik itu terhadap Allah maupun manusia. Dapat diketahui bahwa jika ada keluhan dari konsumen setiap keluhan selalu ditanggapi dengan baik sudah dijalankan dengan baik oleh para pelayan di pusat perbelanjaan pakain Kota Pangkalan Brandan.

4. Prinsip kebenaran

Dalam Konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komunitas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Kebenaran adalah nilai yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Wawancara kepada Ibu Fadilla selaku konsumen mengenai praktik etika bisnis Islam dalam beberapa bulan lalu, beliau mengatakan :

“Iya menurut saya sih pelayanannya tidak diterapkan dengan baik, contohnya ketika saya masuk di pusat perbelanjaan tersebut tidak disambut dengan baik, seharusnya pelayanannya melayani konsumen dengan ramah dan murah senyum, karena ketika pelayanannya tidak ramah konsumen merasa tidak nyaman”⁵⁰

Dari hasil wawancara Ibu Fadilla hal ini menunjukkan bahwa perilaku pelayanan tidak bersikap baik kepada konsumen dan membuat konsumen merasa tidak nyaman berbelanja di toko tersebut. Seharusnya bisnis yang sebenarnya adalah bisnis yang tidak mengabaikan etika, sehingga memberikan dampak positif bagi konsumen hal ini sangat penting bagi keberlangsungan bisnis karena bisa jadi keberhasilan suatu bisnis tergantung kepada etika pelayanannya.

⁵⁰Wawancara Ibu Dilla Konsumen Pusat Perbelanjaan Pakaian Kota Pangkalan Brandan pada tanggal 15 Oktober 2020

Berdasarkan hasil observasi yang diperoleh para konsumen di pusat perbelanjaan pakaian Kota Pangkalan Brandan jika ditinjau dari keempat prinsip-prinsip etika bisnis Islam dijadikan praktik etika bisnis Islam belum diterapkan dengan baik oleh para pelayanan karena hanya prinsip kehendak bebas dan tanggung jawab saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pelayanan di pusat perbelanjaan pakaian. sedangkan prinsip keadilan, dan prinsip kebenaran belum diterapkan dengan baik oleh para pelayanan di pusat perbelanjaan pakaian.

Hal ini terlihat dari jawaban para konsumen dan berdasarkan observasi yang peneliti dapat, masih banyak para pelayan yang menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada para konsumen, dan pelayan juga masih memaksa konsumen untuk membeli barang dagangan yang dijual, selain itu pelayanan di pusat perbelanjaan pakaian belum menerapkan sifat kejujuran dalam melakukan transaksi jual beli baik dari segi hal menawarkan barang. Sedangkan dalam Islam transaksi jual beli yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama Islam bernilai ibadah. Hal tersebut dikarenakan jika akad jual belinya tidak sesuai dengan tata aturan yang ditetapkan oleh syariat, maka dapat dipastikan akad jual beli yang berlangsung tidak dianggap sah.

3.3.Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan

Di dalam Islam tidak mengenal kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seorang telah memeluk Islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka wajib untuk terikat dengan seluruh Syariat Islam. Konsep Islam bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas.

Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang mampu mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen melalui sikap ramah dan kepedulian yang tinggi terhadap konsumen. Pada praktik pelayanan pusat perbelanjaan pakaian sudah membekali semua karyawan dengan kemantapan dan kesiapan menerima permintaan pelanggan bahkan sebelum menjadi karyawan tetap karyawan dibebankan untuk mengetahui produk serta menghafal posisi produk pakaian yang dijual pada pusat perbelanjaan.

Namun saat ini, banyak pelaku pelayanan yang kurang memperhatikan etika dalam berbisnis. segala bentuk usaha yang dilakukan tidak akan pernah berhasil apabila pelayanan yang diberikan kepada konsumen masih kurang baik atau kurang handal dalam melayani konsumen, disini bisa saja konsumen akan merasa jenuh, bosan dan tidak nyaman pada saat berbelanja karena pelayan yang diberikan kurang maksimal hal ini akan berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen. Maka daripada itu sebelum memulai suatu bisnis, para pelaku usaha harus terlebih dahulu mengetahui tentang etika dalam berbisnis.

Wawancara terhadap Ibu Murni mengenai praktik etika bisnis Islam dalam beberapa bulan lalu, beliau mengatakan :

“Dalam praktik pelayanannya sih, masih banyak pelayanan yang tidak mengutamakan bentuk pelayanan salah satunya perhatian, keramahan, dan sopan santun yang diharuskan kepada konsumen pelayanannya pun juga melayani dengan penuh tidak perhatian membuat konsumen merasa tidak nyaman dan merasa tidak dilayani dengan baik oleh pelayan kadang-kadang pelayan sibuk dengan urusannya dan melupakan konsumen”⁵¹.

Dari hasil wawancara Ibu Murni masih banyak pelayanan yang tidak diterapkan dalam etika bisnis Islam. Contohnya, perhatian keramahan sopan

⁵¹Wawancara dengan Ibu Murni Konsumen Pusat Perbelanjaan Pakaian Kota Pangkalan Brandan pada tanggal 15 Oktober 2020

santun dan sebagainya dan membuat konsumen merasa tidak nyaman dengan perilaku pelayanannya.

Wawancara terhadap Ibu Sebyy mengenai praktik etika bisnis Islam dalam beberapa bulan lalu, beliau mengatakan :

“Ketika saya membeli pakaian pelayan melayani saya dengan muka yang kurang mengenakan, bukankah kalau dalam islam konsumen harus dilayani dengan sebaik mungkin”⁵².

Dari hasil wawancara Ibu Sebyy pelayanannya melayani dengan wajah yang kurang mengenakan. karena, sebagian konsumen menilai pusat perbelanjaan tersebut baik atau tidak tergantung dengan sikap pelayanan yang diberikan kepada konsumen kalau karyawannya kurang melayani itu artinya toko tersebut kurang baik dari segi pelayanan.

Dari wawancara diatas pelayanan belum diterapkan dengan baik karena sebagian konsumen menilai pusat perbelanjaan tersebut baik atau tidak tergantung dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan tersebut, kalau karyawan kurang melayani itu artinya toko tersebut kurang baik dalam segi pelayanan.

Islam sebagai Agama yang menjunjung tinggi hak-hak asasi tentunya tidak dibolehkan praktik yang demikian. Etika bisnis terkadang tak dihiraukan oleh pelaku bisnis. Dengan menerapkan etika bisnis seorang pebisnis dapat memahami persaingan bisnis yang sangat sulit sekalipun, bagaimana menjaga sopan santun, bersikap ramah sehingga cara bertutur kata untuk menghadapi konsumen semua itu ada etikanya. Karena dengan adanya etika, akan membentuk suatu transaksi

⁵²Hasil Wawancara dengan Ibu Sebyy Konsumen Pusat Perbelanjaan Pakaian Kota Pangkalan Brandan pada tanggal 15 Oktober 2020

yang mengakibatkan kedua belah pihak (penjual dan pembeli) merasa dihargai sehingga salah satu pihak tidak merasa dizalimi⁵³.

Wawancara yang dilakukan terhadap Ibu Dewi mengenai praktik etika bisnis Islam dalam beberapa bulan lalu, beliau mengatakan :

”Menurut saya sih karena setiap Pusat Perbelanjaan Pakaian pasti mempunyai peraturan yang mengarahkan kepada pelayanan yang baik kepada konsumen biar banyak yang beli di Pusat Perbelanjaan Pakaian karena dengan ramah dan sopan itulah yang menarik konsumen”.⁵⁴

Dari hasil wawancara Ibu Dewi ketika karyawan melayani konsumen dengan sopan dan ramah maka banyak konsumen yang masuk ke pusat perbelanjaan tersebut, karena dengan sikap pelayanannya konsumen merasa dihargai.

Sesuai hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam hal ini praktik etika bisnis secara umum belum diterapkan dengan baik oleh para pelayanan di Pusat Perbelanjaan Pakaian Kota Pangkalan Brandan. Hal ini disebabkan karena masih ada beberapa pelayanan yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Dimana pelayanan yang masih terkadang menampilkan perilaku yang kurang baik dengan konsumen, dikarenakan dalam ajaran Islam kita diharuskan bersikap sopan santun, ramah, dan jujur dalam setiap transaksi yang dilakukan pelayanan. Maka dari itu, pelayanan diharapkan harus lebih memahami mengenai bagaimana berbisnis sesuai dengan etika Islam atau Syariat Islam sehingga selain

⁵³Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2007), hlm. 9

⁵⁴ Hasil Wawancara dengan Ibu Dewi Konsumen Pusat Perbelanjaan Pakain Kota Pangkalan Brandan pada tanggal 16 oktober 2020

mendapatkan keuntungan di dunia, mereka juga bisa mendapatkan keuntungan di akhirat serta keberkahan dalam usahanya.

3.4. Analisis Penulis Terhadap Praktik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan

Praktik pelayanan pusat perbelanjaan pakaian menjadi objek penelitian dilakukan di Kota Pangkalan Brandan dimana aktivitas pelayanan terdapat hal yang seharusnya menjadi penting untuk diperhatikan, yaitu tentang perilaku atau etika pelayanan khususnya etika pelayanan dalam Islam. Dalam melayani konsumen para pelayan diharuskan untuk bersikap sopan, ramah, perhatian kepada konsumen dan harus ikhlas dalam melayani konsumen.

Sebagai sebuah pelayanan yang berhubungan langsung dengan konsumen pelayanan dituntut untuk menerapkan kualitas pelayanan dalam usahanya. pelayanan pusat perbelanjaan juga harus dapat memahami harapan yang diinginkan oleh konsumen, sebab jika keinginan konsumen tidak tercapai maka konsumen akan kabur. Hal ini akan menyebabkan kerugian bagi pusat perbelanjaan pakaian.

Berdasarkan teori tentang praktik pelayanan pusat perbelanjaan pakaian, tentunya telah diatur dalam Islam sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan harus berprinsip pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanan dalam menjalankan syariat Islam. Dalam pandangan ekonomi Islam yang dijadikan tolak ukur dalam menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi Syariah. Sikap dan

perilaku merupakan bagian penting dalam etika pelayanan, dalam praktik pelayanan sikap dan perilaku harus menunjukkan kepribadian seseorang.

Perkembangan dan peningkatan pusat perbelanjaan pakaian dari tahun ketahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari adanya persaingan yang ketat dalam hal khususnya kualitas pelayanan. Hal utama yang diprioritaskan oleh pusat perbelanjaan pakain yang bergerak dalam bidang praktik pelayanan adalah konsumen agar dapat bertahan yang mengakibatkan perilaku pelayanan yang kurang mengenakan.

Apalagi perkembangan modren persaingan semakin ketat salah satunya dengan mengembangkan strategi untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas pelayanan. Strategi yang ditempatkan untuk dapat mempertahankan konsumen adalah dengan menyediakan jasa layanan yang kualitas sehingga disini pusat perbelanjaan pakaian memperhatikan kualitas yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan pengamatan peneliti dari hasil wawancara dengan konsumen, dalam mewujudkan etika yang baik dalam memberikan pelayanan dipengaruhi dua faktor . Faktor pertama yaitu karyawan yang memberikan pelayanan tersebut. karyawan yang melayani konsumen harus memiliki kemampuan melayani konsumen secara tepat dan cepat. Disamping itu pelayan harus memiliki kemampuan dalam komunikasi, sopan santun, ramah dan bertanggung jawab penuh terhadap konsumen. serta memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik dalam memahami kebutuhan konsumen. Faktor yang kedua yaitu dalam

memberikan pelayanan yang terbaik juga harus diikuti oleh tersedianya kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaan.

Menurut penelitian ini agar tidak terjadi pelanggaran dalam etika praktik pelayanan, terdapat beberapa hal yang harus dihindari ketika memberikan pelayanan, seperti melayani konsumen sambil makan, atau sambil mengobrol, menampakan wajah yang tidak menyenangkan. Bila beberapa hal dapat dihindari dengan baik saat memberikan pelayanan kepada konsumen, besar kemungkinan pelayanan yang kita layani akan merasa nyaman.

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Penulis ini membahas tentang etika bisnis Islam terhadap praktik pelayanan pusat perbelanjaan pakaian di Kota Pangkalan Brandan. Berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil, yaitu:

1. Praktik pelayanannya adalah dari para pelayan dan konsumen di pusat perbelanjaan pakaian, praktik etika bisnis secara umum belum diterapkan dengan baik oleh pelayanan di pusat perbelanjaan pakaian. Hal ini terlihat dari jawaban para konsumen dan berdasarkan hasil observasi yang peneliti dapat, masih banyak para pelayan yang kurangnya perhatian, kurangnya sopan santun dan keramahan dalam melayani konsumen. ketika konsumen membeli pakaian di pusat perbelanjaan kemudian karyawannya melayani konsumen dengan wajah yang kurang mengenakan, bukankah kalau dalam Islam konsumen harus dilayani dengan sebaik mungkin.
2. Etika bisnis Islam yang dilakukan pelayanan bertentangan dengan ketentuan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yaitu prinsip keadilan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan prinsip kebenaran belum diterapkan dengan baik. selain itu pelayan di pusat perbelanjaan pakain belum melakukan transaksi dengan konsumen baik dari segi menawarkan barang maupun dalam hal melayani konsumen.

4.2. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Pelayanan Pusat Perbelanjaan Pakaian

Pelayanan pusat perbelanjaan pakaian di harapkan dapat melayani dengan lebih baik lagi dapat bersikap ramah, dan sopan santun kepada semua konsumen. Bahwa dengan menerapkan etika bisnis Islam agar bisnis yang dijalankan selama ini bertahan dan konsumen dapat menaruh kepercayaan yang tinggi kepada pelayanan tersebut

2. Bagi Masyarakat atau Konsumen

Diharapkan kepada konsumen supaya lebih sabar dalam menghadapi para pelayanan yang kurang menyenangkan di hati. Para konsumen juga dituntut untuk mengerti dan memahami agar kedepannya tidak ada lagi hambatan-hambatan yang menyebabkan kekecewaan kerugian serta ketidakadilan yang dirasakan baik pelayanan maupun konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq. 2001 *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta, Pustaka Al-Kautsar
- Alma, Buchari. 2001 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: AlfaBeta
- Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 2011 Bandung : Diponegoro
- Al-qur'an dan Terjemahannya*,2004 Bandung : PT Syaamil Cipta Media
- Aminah Rahmayani Nasihatun 2017 " *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Transportasi Bus Trans Jogja*" Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Aziz Abdul, 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta
- Badroen Faisal,2007 *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Departemen Agama RI, Al-Qur'an
- Beekun Isa Rafik, 2007 *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin Burhan,2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. 2005 *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cet, ke.3. Jakarta: Balai Pustaka
- Djakfar, Muhammad. 2008 *Etika Bisnis Islam Tataran Teori Dan Praktis*. Malang: UIN Malang Press
- Efendi Sofyan, 2012 *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Lp3es
- Fahmi Irham, 2014 *Etika Bisnis* Bandung: Alfabeta
- Hadimulyo ,2006 *Etika Bisnis Islam dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren
- Hasil Observasi Peneliti kepada Nur Halimah April 2020
- Hasil Observasi Penelitian Pada Tanggal 15 October

- Idris, 2015. Hadis Ekonomi, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadist Nabi* Cet, ke.I, Jakarta: Prenada Media Group
- Irwana Handi , 2009 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Jakarta: PT Elex Media Komputindo Gramedia
- Ismail Muhammad Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, 2002 *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press
- Kailani Wardah, 2019 “ *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penerapan Kualitas Pelayanan Pada Swalayan Amanah Pagutan Mataram*” Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram
- Kasiram Moh, 2008 *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kuantitatif*, UIN-Malang Press:Jalan Gajayana
- Kotler, 2001 *Manajemen Pemasaran:Analisis Perencanaan Implementasi*, Jakarta: Erlangga
- Moenir, 2006 *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, jakarta: Bumi Aksara
- Mulyani, 2018 “ *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Menjual Sepeda Motor Secara Kredit Dan Tunai Studi pada PT. Capella Dinamik Nusantara Lhokseumawe*” Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Negeri Lhokseumawe
- Muslich, 2007 “*Etika Bisnis Islam*”, Yogyakarta : Ekonisia
- Prasetio Bambang dan Miftahul Lina Jannah, 2006. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Aplikasinya*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada
- Rianto Muhammad Nur,2010 *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta
- Rival Veithzal, *Islamic Business and Economic Ethics*
- RosadyRuslan, 2008. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: PT Raja GrafindoPersada
- Siswanto Edi , 2019“ *Tinjaun Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang*

Bengkulu “Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu

Sugiyono, 2010 *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*

Syahrudin, 2011. *Komunikasi Bisnis Yang Islami Salah Satu Wujud Nyata Kepedulian Sosial*, Cet,I, Makassar: Alauddin University Press

Syahrudin, 2011. *Komunikasi Bisnis Yang Islami Salah Satu Wujud Nyata Kepedulian Sosial*, Cet,I, Makassar: Alauddin University Press

Tajiri Hajir. 2015. *Etika dan Estetika Dakwah Perspektif dan Teologis, Filosofis dan Praktis*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Tasmara Toto, 2001 *Kecerdasan Ruhaniah Transcendental Intelligence*, Jakarta: Gema Insani

Wawancara dengan Ibu Azmila Konsumen Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan pada tanggal 16 Oktober 2020

Wawancara dengan Ibu Dewi konsumen Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan pada tanggal 16 Oktober 2020

Wawancara dengan Ibu Dilla Konsumen Pusat perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan pada tanggal 15 Oktober 2020

Wawancara dengan Ibu Ira Konsumen Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan pada Tanggal 15 Oktober 2020

Wawancara dengan Ibu Murni Konsumen Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan pada tanggal 15 Oktober 2020

Wawancara dengan Ibu Nurma Konsumen Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota Pangkalan Brandan pada tanggal 16 Oktober 2020

Wawancara dengan Ibu Sebyy Konsumen Pusat Perbelanjaan Pakaian di Kota
Pangkalan Brandan pada tanggal 15 Oktober 2020

Lampiran 1

Pedoman Wawancara Konsumen

1. Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani dengan cepat dan tepat (daya tanggap) ?
2. Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan (kehandalan) ?
3. Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian memberikan perhatian kepada konsumen (perhatian) ?
4. Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian sudah bertanggung jawab kepada konsumen ?
5. Bagaimana praktik pelayanan pada pusat perbelanjaan pakaian ?
6. Menurut ibu apakah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan aturan etika bisnis Islam ?
7. Menurut Ibu apa kelebihan dan keunggulan toko pakaian ini ?
8. Menurut Ibu, apakah pusat perbelanjaan pakaian selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen ?
9. Apakah dalam melayani konsumen, karyawan harus bersikap ramah ?
10. Apakah semua karyawan sudah bisa memenuhi setiap keinginan konsumen ?
11. Apakah ibu sebagai konsumen merasa puas dengan pelayanan pusat perbelanjaan pakaian ?
12. Apakah menurut ibu pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan ?

13. Menurut ibu, apa perbedaan toko pakaian dengan toko pakaian yang lain ?

14. Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian bersikap adil ?

Lampiran 2

TRANSKRIP WAWANCARA
(KONSUMEN)

RESPONDEN 1

Konsumen Ibu Murni

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian melayani cepat dan tepat (daya tanggap)?	Tidak, pelayanannya melayani kurang baik dan kurang cepat
2	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan (kehandalan) ?	Iya, pelayanannya melayani sesuai yang dijanjikan
3	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian memberikan perhatian kepada konsumen (perhatian) ?	Menurut saya sih tidak, pelayanannya pun juga melayani dengan penuh tidak perhatian membuat konsumen tidak nyaman, kadang-kadang sibuk dengan urusannya seperti tidak peduli

4	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian sudah bertanggung jawab kepada konsumen ?	Iya pelayanannya juga bertanggung jawab kepada konsumen
5	Bagaimana praktik pelayanan pada pusat perbelanjaan pakaian ?	Praktiknya sih kurang dalam melayani pembeli, ada yang kurang ramah dan ada juga yang ramah
6	Menurut ibu apakah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan aturan etika bisnis Islam ?	Belum sesuai dalam aturan Islam
7	Menurut Ibu apa kelebihan dan keunggulan toko pakaian ini ?	Kelebihannya tempatnya nyaman dan harganya pun terjangkau
8	Menurut Ibu, apakah pusat perbelanjaan pakaian selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen ?	Iya pastinya begitu, karena setiap toko pasti mempunyai peraturan yang mengarahkan kepada pelayanan yang baik kepada pembeli agar banyak yang beli di toko itu dan mempengaruhi banyaknya konsumen

9	Apakah dalam melayani konsumen, karyawan harus bersikap ramah ?	Iya harus, karena kalau tidak ramah pembeli pasti tidak mau masuk ke toko itu
10	Apakah semua karyawan sudah bisa memenuhi setiap keinginan konsumen ?	Untuk saat ini belum, tapi mereka sudah melayani semampunya kepada pembeli
11	Apakah ibu sebagai konsumen merasa puas dengan pelayanan pusat perbelanjaan pakaian ?	Belum cukup puas, masih banyak tidak sesuai dengan keinginan pembeli
12	Apakah menurut ibu pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan ?	Ya sangat penting, karena sangat berpengaruh banyaknya pembeli berbelanja di toko itu
13	Menurut ibu, apa perbedaan toko pakaian dengan toko pakaian yang lain ?	Perbedaannya dengan kualitas harga dan perilaku pelayanannya
14	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian bersikap adil?	Emmm menurut saya belum adil

RESPONDEN 2

Konsumen Ibu Dewi

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian melayani cepat dan tepat (daya tanggap)?	Iya untuk saat ini belum dibilang cepat
2	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan (kehandalan) ?	Iya sesuai yang dijanjikan
3	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian memberikan perhatian kepada konsumen (perhatian) ?	Menurut saya setiap pusat perbelanjaan pasti mempunyai peraturan yang mengarahkan kepada pelayanan yang baik kepada konsumen dan terkadang ada juga yang cuek dan diam saja
4	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian sudah bertanggung jawab kepada konsumen ?	Iya bertanggung jawab
5	Bagaimana praktik pelayanan pada pusat perbelanjaan pakaian ?	Prakteknya kurang baik dalam melayani pembeli

6	Menurut ibu apakah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan aturan etika bisnis Islam ?	Belum sesuai dengan etika bisnis Islam, karena masih banyak pelayanan yang kurang sopan santun
7	Menurut Ibu apa kelebihan dan keunggulan toko pakaian ini ?	Kelebihannya yaitu memberikan kualitas baju yang standar harganya
8	Menurut Ibu, apakah pusat perbelanjaan pakaian selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen ?	Iya tentu saja karena dengan ramah dan sopan santunlah yang menarik konsumen
9	Apakah dalam melayani konsumen, karyawan harus bersikap ramah ?	Tentu saja harus bersikap ramah, karena keramahan dan sopan santun itu nomor satu
10	Apakah semua karyawan sudah bisa memenuhi setiap keinginan konsumen ?	Belum memenuhi keinginan konsumen, karena ada juga karyawan acuh tidak acuh
11	Apakah ibu sebagai konsumen merasa puas dengan pelayanan pusat perbelanjaan pakaian ?	Belum puas

12	Apakah menurut ibu pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan ?	Iya itu sangat penting karena pelayanan yang baik akan membuat luluh hati konsumen
13	Menurut ibu, apa perbedaan toko pakaian dengan toko pakaian yang lain ?	Iya beda, karena praktik pelayanannya berbeda-beda
14	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian bersikap adil?	Tidak tentu karena harga yang dijual beda-beda

RESPONDEN 3

Konsumen Ibu Ira

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani dengan cepat dan tepat (daya tanggap) ?	Kalau menurut saya sih kurang cepat karena faktor keramaian
2	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan (kehandalan) ?	Iya sesuai yang dijanjikan

3	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian memberikan perhatian kepada konsumen (perhatian) ?	Kalau perhatian sih itu tadi, sedikit kurang
4	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian sudah bertanggung jawab kepada konsumen ?	Kalau dikatakan bertanggung jawab sudah hampir bertanggung jawab
5	Bagaimana praktik pelayanan pada pusat perbelanjaan pakaian ?	Praktik nya sedikit tidak ramah
6	Menurut ibu apakah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan aturan etika bisnis Islam ?	Menurut saya sih tidak sesuai dengan Islam
7	Menurut Ibu apa kelebihan dan keunggulan toko pakaian ini ?	Barang yang saya cari selalu dan lengkap di sini
8	Menurut Ibu, apakah pusat perbelanjaan pakaian selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen ?	Menurut saya ya harus memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen, dan pelayanannya pun tidak memaksa saya untuk untuk membeli barang tersebut

9	Apakah dalam melayani konsumen, karyawan harus bersikap ramah ?	Bagi saya wajib melayani dengan ramah
10	Apakah semua karyawan sudah bisa memenuhi setiap keinginan konsumen ?	Ya dikarenakan setiap barang yang saya minta selalu ada
11	Apakah ibu sebagai konsumen merasa puas dengan pelayanan pusat perbelanjaan pakaian ?	Kali ini saya merasa tidak puas
12	Apakah menurut ibu pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan ?	Penting, karena pelayanan yang baik adalah faktor utama
13	Menurut ibu, apa perbedaan toko pakaian dengan toko pakaian yang lain ?	Bedanya sudah dijamin lengkap, cuman pelayanan kalau ramai sedikit cuek
14	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian bersikap adil?	Saya rasa sih adil karena setiap konsumen memperlakukan sama dikala buru-buru

RESPONDEN 4

Konsumen Ibu Diffa

No	Pertanyaan	Jawaban
----	------------	---------

1	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani dengan cepat dan tepat (daya tanggap) ?	Menurut saya tidak, karena masih banyak karyawan tidak melayani dengan baik
2	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan (kehandalan) ?	Menurut saya tidak, karena masih banyak kendala dalam berbelanja
3	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian memberikan perhatian kepada konsumen (perhatian) ?	Menurut saya ada sebagian dan ada juga yang tidak memberikan perhatian dengan baik
4	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian sudah bertanggung jawab kepada konsumen ?	Menurut saya belum bertanggung jawab
5	Bagaimana praktik pelayanan pada pusat perbelanjaan pakaian ?	Prakteknya masih banyak yang tidak bersikap ramah
6	Menurut ibu apakah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan aturan etika bisnis Islam ?	Belum, karena banyak pelayanan yang tidak sesuai dengan ketentuan dalam Islam

7	Menurut Ibu apa kelebihan dan keunggulan toko pakaian ini ?	Kualitas barangnya dan harganya
8	Menurut Ibu, apakah pusat perbelanjaan pakaian selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen ?	Tidak, masih banyak yang tidak memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen
9	Apakah dalam melayani konsumen, karyawan harus bersikap ramah ?	Iya, karena dengan begitu akan meningkat orang yang berbelanja
10	Apakah semua karyawan sudah bisa memenuhi setiap keinginan konsumen ?	Belum memenuhi setiap keinginan
11	Apakah ibu sebagai konsumen merasa puas dengan pelayanan pusat perbelanjaan pakaian ?	Belum puas
12	Apakah menurut ibu pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan ?	Penting, sebagai karyawan sudah sepatutnya melayani dengan baik terhadap pembelinya
13	Menurut ibu, apa perbedaan toko pakaian dengan toko pakaian yang lain ?	Kualitas pakaiannya dan harganya terjangkau

14	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian bersikap adil?	Kalau untuk saat ini belum cukup adil
----	--	---------------------------------------

RESPONDEN 5

Konsumen Ibu Azmila

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani dengan cepat dan tepat (daya tanggap) ?	Tidak dengan cepat dan tepat
2	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan (kehandalan) ?	Tidak sesuai
3	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian memberikan perhatian kepada konsumen (perhatian) ?	Kurang perhatian
4	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian sudah bertanggung jawab kepada konsumen ?	Menurut saya pelayanannya juga bertanggung jawab jika ada keluhan dari pembeli pelayanannya menanggapi dengan baik

5	Bagaimana praktik pelayanan pada pusat perbelanjaan pakaian ?	Melayani konsumen tidak dengan baik
6	Menurut ibu apakah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan aturan etika bisnis Islam ?	Belum sesuai dalam etika bisnis Islam
7	Menurut Ibu apa kelebihan dan keunggulan toko pakaian ini ?	Barang nya bagus dan bermerek
8	Menurut Ibu, apakah pusat perbelanjaan pakaian selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen ?	Tidak itu tergantung, setiap pelayanan berbeda-beda
9	Apakah dalam melayani konsumen, karyawan harus bersikap ramah ?	Iya itu harus
10	Apakah semua karyawan sudah bisa memenuhi setiap keinginan konsumen ?	Belum tentu memenuhi keinginan konsumen
11	Apakah ibu sebagai konsumen merasa puas dengan pelayanan pusat perbelanjaan pakaian ?	Ada yang puas dan ada yang tidak puas
12	Apakah menurut ibu pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan ?	Iya sangat penting

13	Menurut ibu, apa perbedaan toko pakaian dengan toko pakaian yang lain ?	Kualitas pakaian dan harga
14	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian bersikap adil?	Tidak bersikap adil

RESPONDEN 6

Konsumen Ibu Nurma

No	Pertanyaan	Jawaban
	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani dengan cepat dan tepat (daya tanggap) ?	Tidak
2	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan (kehandalan) ?	Tidak
3	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian memberikan perhatian kepada konsumen (perhatian) ?	Tidak

4	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian sudah bertanggung jawab kepada konsumen ?	Sudah hampir bertanggung jawab
5	Bagaimana praktik pelayanan pada pusat perbelanjaan pakaian ?	Tidak melayani dengan baik
6	Menurut ibu apakah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan aturan etika bisnis Islam ?	Belum sesuai dengan aturan etika bisnis Islam
7	Menurut Ibu apa kelebihan dan keunggulan toko pakaian ini ?	Kelebihan dan keunggulan banyaknya barang
8	Menurut Ibu, apakah pusat perbelanjaan pakaian selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen ?	Tidak memberikan pelayanan yang baik
9	Apakah dalam melayani konsumen, karyawan harus bersikap ramah ?	Iya tentu harus, kalau tidak ramah maka toko itu akan sepi
10	Apakah semua karyawan sudah bisa memenuhi setiap keinginan konsumen ?	Belum memenuhi keinginan pembeli

11	Apakah ibu sebagai konsumen merasa puas dengan pelayanan pusat perbelanjaan pakaian ?	Kurang puas
12	Apakah menurut ibu pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan ?	Tentu sangat penting
13	Menurut ibu, apa perbedaan toko pakaian dengan toko pakaian yang lain ?	Banyaknya barang dan murah nya harga
14	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian bersikap adil?	Iya saya rasa belum adil, karena banyak karyawan yang melayani membeli tidak sama rata

RESPONDEN 7

Konsumen Ibu Dilla

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani dengan cepat dan tepat (daya tanggap) ?	Iya, hampir rata2 karyawan ketika konsumen datang secara cepat karyawan menyapa

2	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan (kehandalan) ?	Iya
3	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian memberikan perhatian kepada konsumen (perhatian) ?	Terkadang iya, karena konsumen pun sering bertanya kepada karyawan mengenai pakaian yang akan dibelinya sesuai dan cocok terhadap konsumen
4	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian sudah bertanggung jawab kepada konsumen ?	Untuk saat ini sudah bertanggung jawab
5	Bagaimana praktik pelayanan pada pusat perbelanjaan pakaian ?	Menurut saya sih praktik pelayanan sih udah pas, hanya perlu ditambah keramahan dan senyum

6	Menurut ibu apakah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan aturan etika bisnis Islam ?	Menurut saya sih belum, dikarenakan hampir dominan yang mempunyai pusat pakaian itu yang beragama non muslim, sehingga tidak melakukan akad pembelian secara islam itu tidak sesuai
7	Menurut Ibu apa kelebihan dan keunggulan toko pakaian ini ?	Keunggulannya mungkin di produk yang dijual kualitasnya bagus, akan tetapi kelebihannya adalah mungkin pusat pakaian tersebut melakukan diskon sehingga akan menjadi salah satu kelebihan
8	Menurut Ibu, apakah pusat perbelanjaan pakaian selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen ?	Ya Menurut saya sih karyawannya tidak diterapkan dengan baik, contohnya aja ketika saya masuk di pusat perbelanjaan tersebut tidak disambut dengan baik.

9	Apakah dalam melayani konsumen, karyawan harus bersikap ramah ?	Harus dikarenakan ramah bisa membuat konsumen senang dalam ingin membeli suatu pakaian
10	Apakah semua karyawan sudah bisa memenuhi setiap keinginan konsumen ?	tidak sih, karna konsumen memilih karyawan yang ingin melakukan proses pembelian yang udah dikenal
11	Apakah ibu sebagai konsumen merasa puas dengan pelayanan pusat perbelanjaan pakaian ?	Belum cukup puas
12	Apakah menurut ibu pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan ?	Penting dan harus karna pelayanan itu sangat penting
13	Menurut ibu, apa perbedaan toko pakaian dengan toko pakaian yang lain ?	Mungkin dari segi harga dan pelayanan
14	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian bersikap adil?	Belum dikatakan adil

RESPONDEN 8

Konsumen Ibu Sebyy

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani dengan cepat dan tepat (daya tanggap) ?	Biasanya karyawan melayani sesuai dengan kondisi toko, ketika kondisi toko banyak pengunjung terkadang pelayanannya kurang dan daya tangkapnya lambat itu dipengaruhi karena kurangnya karyawan atau faktor lainnya.
2	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan (kehandalan) ?	Karyawan melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan dan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.
3	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian memberikan perhatian kepada konsumen (perhatian) ?	Tidak semua karyawan memberikan perhatian kepada konsumen terkadang karyawan sibuk dengan urusannya dan melupakan konsumen

4	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian sudah bertanggung jawab kepada konsumen ?	Untuk saat ini belum, lebih baik ditingkatkan kembali
5	Bagaimana praktik pelayanan pada pusat perbelanjaan pakaian ?	Untuk praktik saya rasa sudah bagus tapi alangkah baiknya ditingkatkan lagi dalam sistem pelayanan kepada konsumen karena konsumen adalah raja
6	Menurut ibu apakah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan aturan etika bisnis Islam ?	Tidak semua pelayanan sesuai dengan etika Islam, contohnya saja ketika saya membeli pakaian di suatu toko kemudian karyawannya melayani saya dengan wajah yang kurang mengenakan
7	Menurut Ibu apa kelebihan dan keunggulan toko pakaian ini ?	Kelebihan dan keunggulan toko ini yaitu produk yang disediakan cukup lengkap

8	Menurut Ibu, apakah pusat perbelanjaan pakaian selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen?	Tidak selalu, Karena ada beberapa pusat perbelanjaan memberikan pelayanannya kurang
9	Apakah dalam melayani konsumen, karyawan harus bersikap ramah ?	Tentu saja, karyawan yang ramah menandakan bahwa dia sangat menghormati konsumen dan melayani konsumen dengan hati yang senang
10	Apakah semua karyawan sudah bisa memenuhi setiap keinginan konsumen ?	Tidak semua karyawan memenuhi setiap keinginan konsumen, karena terkadang keinginan konsumen tidak tersedia di toko tersebut
11	Apakah ibu sebagai konsumen merasa puas dengan pelayanan pusat perbelanjaan pakaian ?	Untuk saat ini cukup puas, perlu ditingkatkan lagi pelayanannya yang sesuai dengan etika Islam

12	Apakah menurut ibu pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan ?	Jelas sangat penting, karena sebagian pembeli menilai toko tersebut baik atau tidak tergantung dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko tersebut kalau karyawannya kurang melayani itu artinya toko tersebut kurang baik dalam segi pelayanan
13	Menurut ibu, apa perbedaan toko pakaian dengan toko pakaian yang lain ?	Mungkin perbedaannya terletak pada pelayanannya ya toko yg ini pelayanan bagus sedangkan toko sebelah kurang
14	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian bersikap adil?	Untuk saat ini cukup adil

RESPONDEN 9

Konsumen Ibu Ani

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani dengan cepat dan tepat (daya tanggap)?	Tidak, mereka kadang sibuk berbicara dengan sesama penjual
2	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani konsumen sesuai dengan dijanjikan (kehandalan)?	Tidak
3	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian memberikan perhatian kepada konsumen (perhatian)?	Tidak
4	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian sudah bertanggung jawab kepada konsumen ?	Belum sepenuhnya kadang kalau bajunya tidak cocok mereka gak mau barangnya dikembalikan
5	Bagaimana praktik pelayanan pada pusat perbelanjaan pakaian ?	Buruk, mereka tidak ramah, kadang raut wajahnya masam

6	Menurut ibu apakah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan aturan etika bisnis Islam ?	Belum sesuai dengan etika bisnis Islam, masih ada karyawan melayani pembeli tidak ramah
7	Menurut Ibu apa kelebihan dan keunggulan toko pakaian ini ?	Kelebihannya lengkap yang dijual, kekurangannya pelayanannya kurang bagus
8	Menurut Ibu, apakah pusat perbelanjaan pakaian selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen ?	Tidak selalu kadang mereka asal-asalan
9	Apakah dalam melayani konsumen, karyawan harus bersikap ramah ?	Iya dong, biar saya nyaman belanjanya
10	Apakah semua karyawan sudah bisa memenuhi setiap keinginan konsumen ?	Tidak, hanya beberapa saja yang paham

11	Apakah ibu sebagai konsumen merasa puas dengan pelayanan pusat perbelanjaan pakaian ?	Tidak puas
12	Apakah menurut ibu pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan ?	Penting dong, agar menciptakan loyalitas pembeli terhadap toko
13	Menurut ibu, apa perbedaan toko pakaian dengan toko pakaian yang lain ?	Bedanya cara memperlakukan konsumennya, beda juga barang yang dijualnya
14	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian bersikap adil ?	Tidak adil, kadang yang orang baru belanja di sini susah sekali minta diskon, kalau yang lama di kasih diskon

RESPONDEN 10

Konsumen Ibu Lida

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani dengan cepat dan tepat (daya tanggap) ?	Tidak, karena karyawan tidak selalu melayani dengan cepat dan tepat
2	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan (kehandalan) ?	Tidak, karena karyawan tidak selalu melayani konsumen sesuai yang dijanjikan
3	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian memberikan perhatian kepada konsumen (perhatian) ?	Tergantung, misalnya toko sedang tidak ramai baru diperhatikan tetapi kalau toko itu ramai konsumen tidak diperhatikan
4	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian sudah bertanggung jawab kepada konsumen ?	Belum dikatakan bertanggung jawab

5	Bagaimana praktik pelayanan pada pusat perbelanjaan pakaian ?	Praktik pelayanan nya tidak terlalu buruk dan tidak terlalu baik juga
6	Menurut ibu apakah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan aturan etika bisnis Islam ?	Pelayanan ini belum menjalankan aturan secara bisnis Islam
7	Menurut Ibu apa kelebihan dan keunggulan toko pakaian ini ?	Kelebihannya kualitas bahan yang bagus
8	Menurut Ibu, apakah pusat perbelanjaan pakaian selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen ?	Kurang bagus
9	Apakah dalam melayani konsumen, karyawan harus bersikap ramah ?	Iya seharusnya dalam melayani secara baik dan ramah tanpa membedakan konsumen
10	Apakah semua karyawan sudah bisa memenuhi setiap keinginan konsumen ?	Belum semua karyawan memenuhi keinginan konsumen

11	Apakah ibu sebagai konsumen merasa puas dengan pelayanan pusat perbelanjaan pakaian ?	Tidak karena pelayanannya kurang ramah
12	Apakah menurut ibu pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan ?	Sangat penting, karena seorang pembeli juga butuh kenyamanan dalam melayani
13	Menurut ibu, apa perbedaan toko pakaian dengan toko pakaian yang lain ?	Bedanya harga murah
14	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian bersikap adil ?	Belum bisa dikatakan adil karena pelayanan yang baik dilakukan dengan membedakan konsumen

RESPONDEN 11

Konsumen Ibu Salmah

No	Pertanyaan	Jawaban
----	------------	---------

1	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani dengan cepat dan tepat (daya tanggap) ?	Tidak, dalam melayani pelayanan masih kurang baik
2	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan (kehandalan) ?	Tidak, masih tidak sesuai seperti yang dijanjikan
3	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian memberikan perhatian kepada konsumen (perhatian) ?	Tidak, karena pelayanannya masih membuat konsumen kurang teropenkan
4	Apakah karyawan pusat perbelanjaan pakaian sudah bertanggung jawab kepada konsumen ?	Belum, kadang pelayanannya suka lupa atas tanggung jawabnya
5	Bagaimana praktik pelayanan pada pusat perbelanjaan pakaian ?	Tidak, masih banyak karyawan melayani konsumen tidak baik dan kurangnya keramahan

6	Menurut ibu apakah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan aturan etika bisnis Islam ?	Belum, karena lumayan banyak yang punya toko beragama non muslim
7	Menurut Ibu apa kelebihan dan keunggulan toko pakaian ini ?	Menurut saya kelebihan dan keunggulannya banyak pakaian yang bagus-bagus
8	Menurut Ibu, apakah pusat perbelanjaan pakaian selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen ?	Belum para pekerjanya belum memberikan pelayanan yang seperti konsumen inginkan
9	Apakah dalam melayani konsumen, karyawan harus bersikap ramah ?	Tentu karena seharusnya nyaman dan kesopanan yang penting diberikan konsumen agar toko tersebut lebih ramai
10	Apakah semua karyawan sudah bisa memenuhi setiap keinginan konsumen ?	Belum, masih banyak yang belum memenuhi keinginan konsumen

11	Apakah ibu sebagai konsumen merasa puas dengan pelayanan pusat perbelanjaan pakaian ?	Kurang puas dikarenakan dengan pelayanannya
12	Apakah menurut ibu pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan ?	Iya pasti
13	Menurut ibu, apa perbedaan toko pakaian dengan toko pakaian yang lain ?	Banyak barang yang harganya murah
14	Apakah pelayanan pusat perbelanjaan pakaian bersikap adil ?	Belum karena masih ada karyawan yang melayan tidak adil

Lampiran 3

Foto Wawancara Konsumen























Lampiran 4

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS PRIBADI

Nama : Annisa Firdausi
Nim : 4022017105
Tempat/Tanggal Lahir : Perlis/ 25 Mei 1999
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Pekerja : Mahasiswi
Alamat : JL. A. Singapor Pelawi Darat Kec.
Babalan Kab. Langkat
Ayah : Budi Yamin
Ibu : Mariana
Email : anisaanisa442@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

2006-2007 : TK Jannatul Firdaus
2007-2013 : SD Min Perlis – SD 11 Kampung Baru

2013-2015

: SMP Negeri 2 Babalan

2015-2017

: SMA Dharma Patra Sei Lapan