

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN
KONSUMEN PADA TOKO HEIJAB
STORE MAKASSAR**

SKRIPSI



**NURHAFRIYANTI HAFID
NIM: 105741101020**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2024

KARYA TULIS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN
KONSUMEN PADA TOKO HEIJAB
STORE MAKASSAR**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

Nurhafriyanti Hafid
NIM:105741101020

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi dan Bisnis pada Program Studi Ekonomi
Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Makassar***

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Sesungguhnya Allah Tidak Akan Mengubah Keadaan Suatu Kaum Sebelum Mereka Mengubah Keadaan Diri Mereka Sendiri. (Q.S Ar-Ra'd: 11)

“Aku Tidak Akan Menyerah, Walau Mata Seringkali Basah.”

PERSEMBAHAN

Puji Syukur Kepada Allah SWT Atas Ridho-Nya Serta Karuaninya Sehingga Skripsi Ini Telah Terselasaikan Dengan Baik.

Alhamdulillah Rabbil'alamin

Skripsi ini kupersembahkan yang pertama untuk saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan. Kemudian untuk kedua orang tuaku tersayang terima kasih tiada hentinya memberkan dukungan, doa, serta kasih cintanya, dan untuk kepada adik saya yang selalu memberikan semangat dan dukungannya. Serta almamaterku

PESAN DAN KESAN

“Tetap Semangat Diri Yang Lelah. Ingat, Kita Bertahan Bukan Untuk Gagal, Tetapi Menjemput Hidup Yang Lebih Baik.”



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411) 866972Makassar

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Toko Hejlab Store Makassar
Nama Mahasiswa : Nurhafriyanti Hafid
NIM : 105741101020
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa, dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 25 Mei 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 25 Mei 2024

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Agus Salim HR, S.E., M.M
NIDN: 0911115703

Sri Wahyuni, S.E., M.E
NIDN: 0929088901

Mengetahui:

Ketua Prodi Ekonomi Islam



Dr. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507

Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
NBM: 861 013



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

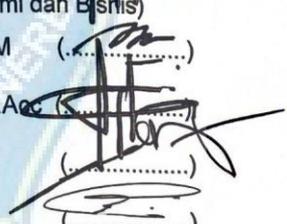
Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866972Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama: Nurhafriyanti Hafid, Nim: 105741101020 diterima dan disahkan oleh panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0003/SK-Y/60202/091004/2024 M, Tanggal 16 Dzulqaidah 1445 H/ 25 Mei 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 16 Dzulqaidah 1445 H
25 Mei 2024 M

PANITIA UJIAN

- | | | |
|------------------|---|---|
| 1. Pengawas Umum | : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag,
(Rektor Unismuh Makassar) |  |
| 2. Ketua | : Dr.H. Andi Jam'an, S.E., M. Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) |  |
| 3. Sekretaris | : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc
(Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis) |  |
| 4. Penguji | : 1. Dr. Agus Salim HR, S.E., M.M
2. Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc
3. Dr. Idham Khalid, S.E., M.M
4. Sri Wahyuni, S.E., M.E |  |

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M. Si
NEM: 651 507



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411) 866972Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhafriyanti Hafid
Stambuk : 105741101020
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Toko Hejlab Store Makassar

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 25 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Nurhafriyanti Hafid
NIM: 105741101020

Diketahui Oleh:

Ketua Program Studi



Dr. H. Andi Jaman, S.E., M.Si

NBM: 651507

Dr. H. Muhammad Nalib Kasim, S.E., M.Si

NBM: 861013

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhafriyanti Hafid
NIM : 105741101020
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah yang berjudul:

**Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas
Pelayanan Konsumen Pada Toko Heijab Store Makassar**

Beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengaliir media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 25 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Nurhafriyanti Hafid
NIM: 105741101020

ABSTRAK

NURHAFRIYANTI HAFID.2024. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Toko Heijab Store Makassar. Skripsi. Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Agus Salim HR dan Sri Wahyuni.

Tujuan penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat Kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis dalam meningkatkan kualitas pelayanan konsumen. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 9 yaitu 2 pemilik toko (Owner), 3 karyawan dan 10 konsumen. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif deskriptif dengan pengambilan data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini bertujuan pertama, implementasi etika bisnis Islam pada toko Heijab Store sepenuhnya mengadopsi prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu diantaranya: prinsip tauhid, prinsip keadilan, prinsip kejujuran, prinsip kehendak bebas dan prinsip tanggung jawab. Kedua untuk mengetahui cara meningkatkan kualitas pelayanan dengan memenuhi beberapa aspek pelayanan kepada konsumen yaitu, produk, harga, promosi dan proses.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan, Konsumen



ABSTRACT

NURHAFRIYANTI HAFID.2024. Implementation Of Islamic Business Ethics In Improving The Quality Of Consumer Service At Heijab Store Makassar. Thesis. Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Agus Salim HR and Sri Wahyuni.

The aim of this research is a type of qualitative research with the aim of knowing the implementation of business ethics in improving the quality of consumer service. The informants in this study consisted of 9, namely 2 shop owners (Owners), 3 employees and 10 consumers. The type of data used in this research is descriptive qualitative data with data collection obtained through interviews, observation and documentation. In this research, the data sources used in data collection are primary data and secondary data. The results of this research aim firstly, the implementation of Islamic business ethics at the Heijab Store completely adopts the principles of Islamic business ethics, namely: the principle of monotheism, the principle of justice, the principle of honesty, the principle of free will and the principle of responsibility. Second, to find out how to improve service quality by fulfilling several aspects of service to consumers, namely, product, price, promotion and process..

Keywords : Islamic Business Ethics, Service Quality, Consumers



KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Toko Hejib Store Makassar”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Bapak Abd Hafid dan Ibu Hairiya yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula

penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Agus Salim HR, S.E., M.M selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi ini selesai dengan baik.
5. Ibu Sri Wahyuni, S.E., M.E selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal Lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi ekonomi Islam Angkatan 2020 *GEOSATIS* yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Keluarga besar saya yang senantiasa mendukung serta memberikan motivasi selama dalam proses perkuliahan.

10. Kepada saudara saya tercinta Nurhaidah Hafid, Nila Rahmayani Hafid dan Nur Asizah Hafid telah membantu dalam proses penelitian ini.
11. Kepada sahabat-sahabat penulis Yumna Putri Noviyanti, A.Md.TG dan Nurul Fitri Amalia, SH telah mensupport penulis untuk selalu rajin dalam proses penyusunan skripsi dan tidak pernah bosan mendengar ceritaku.
12. Sahabat seperjuang SMA, Ardelia Anwar, S.Ak ,Nur Aqilah Alkaramah, S.Tr. Ak dan Aifah Utami Putri, S.Tr. Ak telah meluangkan waktu dan pikirannya selama proses penelitian.
13. Sahabatku Paccalacalla Gengs, Nurul Istiana, Misrawati, Reski Amaliah, Sarah Zettira dan Nurfadillah telah membantu dan memberikan motivasi kepada penyusun sehingga sampai di titik ini. Dan terima kasih juga selalu setia menemani penulis selama menumpuh studi di Prodi Ekonomi Islam.
14. Kepada teman seperjuang bimbingan terima kasih telah membantu dan membersamai proses penulis dari awal penyusunan proposal sampai skripsi. *See you on top guys.*
15. Pemilik nama Ahmad Fauzan Faisal, orang yang menemani dan menjadi *support system* selama proses penelitian sampai ujian akhir. Telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini walaupun kita dijauhkan oleh jarak tetapi ia tetap memberikan dukungan dan semangat. Selalu menyakinkan kalau saya bisa. Terima kasih telah menjadi bagian perjalanan dalam penyusunan skripsi ini.

16. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri **Nurhafriyanti Hafid** karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamualaikum Wr.Wb

Makassar, 04 Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Teori	7
1. Konsep Etika Bisnis Islam.....	7
2. Definisi Kualitas Pelayanan	22
3. Perilaku Konsumen.....	27

B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pikir	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Fokus Penelitian	43
C. Situs dan Waktu Penelitian	43
D. Jenis dan Sumber Data	44
E. Informan	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	46
G. Metode Analisis Data.....	47
BAB IV	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
B. Penyajian Data (Hasil Penelitian).....	53
C. Analisis Dan Interpretasi (Pembahasan).....	69
BAB V	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	42
Gambar 4.1 Logo Hejab.....	49
Gambar 4.2 Toko Hejab Store	50
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Toko Hejab Store	51
Gambar 4.4 Testi pembelian Online.....	63



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 4.1 Klasifikasi Produk Hijab.....	51
Tabel 4.2 Identitas Informan	54
Tabel 4.3 Produk Heijab	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara.....	81
Lampiran 2 Surat Penelitian.....	83
Lampiran 3 Dokumentasi Owner Toko Hejrab.....	84
Lampiran 4 Dokumentasi Karyawan Toko Hejrab.....	85
Lampiran 5 Dokumentasi Konsumen Toko Hejrab	86
Lampiran 6 Dokumentasi Produk Toko Hejrab	88
Lampiran 7 Coding Wawancara.....	89
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Fadly Yashari Soumen.....	115
Lampiran 9 Transkrip Wawancara Nur Hamdan	119
Lampiran 10 Transkrip Wawancara Sitti Amina	121
Lampiran 11 Transkrip Wawancara Rizky Amelia.....	123
Lampiran 12 Transkrip Wawancara Risliah.....	125
Lampiran 13 Transkrip Wawancara Fatmawati Kahar.....	127
Lampiran 14 Transkrip Wawancara Hasra Majid	130
Lampiran 15 Transkrip Wawancara Melisa	132
Lampiran 16 Transkrip Wawancara Khaerunnisa.....	134
Lampiran 17 Transkrip Wawancara Amriani	136
Lampiran 18 Transkrip Wawancara Darmiati Mustakim	138
Lampiran 19 Transkrip Wawancara Aisyah Nursyafariah.....	140
Lampiran 20 Transkrip Wawancara Faliha Athaya.....	142
Lampiran 21 Transkrip Wawancara Nur Annisatul	144
Lampiran 22 Keterangan Bebas Plagiasi	146

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan pesat dalam dunia pengusaha telah menjadi anugrah dan tantangan sekaligus bagi mereka di seluruh dunia. Ini telah menjadi pemicu persaingan yang mendorong perluasan aktivitas bisnis. Namun, setiap langkah yang diatasi oleh para pelaku bisnis juga membawa risiko bagi perusahaan yang mereka jalankan. Mereka harus dapat menawarkan keunggulan barang atau produk yang menarik bagi konsumen, yang sering kali terjadi melalui ide atau inovasi. Ini yang menjadi peluang bagi pengusaha untuk menarik minat konsumen dalam membeli barang atau produk yang ditawarkan. Tujuan utama dari bisnis yang mapan adalah mencapai target pasar yang dituju sambil tetap menghasilkan keuntungan yang substansial. Kererkaitan erat antara manusia dan dunia bisnis tak terelakkan, karena segala aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan mereka terkait erat dengan kegiatan bisnis, baik sebagai produsen maupun konsumen. Selain itu, sukses sebuah bisnis juga dapat diukur dari sejauh mana mereka dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Persaingan bisnis yang intens di era teknologi dan globalisasi menuntut para pelaku usaha untuk berjuang sekuat tenaga melawan pesaing lokal guna mempertahankan kelangsungan bisnis mereka. Perusahaan yang menginginkan pertumbuhan dan keunggulan kompetitif

harus dapat menghadirkan barang atau produk yang berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau daripada pesaing lainnya.

Etika bisnis merujuk pada seperangkat prinsip atau norma perilaku, baik yang tertulis maupun tidak, yang menekankan bagaimana seseorang harus bertindak atau tidak bertindak dalam menjalankan kegiatan bisnis. Ini mencakup cara konduktif dalam melaksanakan aktivitas bisnis yang memperhatikan segala aspek yang terkait dengan individu, lingkungan bisnis dan masyarakat secara keseluruhan.

Tujuan dari etika bisnis adalah untuk mencapai kesejahteraan umat manusia secara keseluruhan atau maqashid syariah yang bertujuan untuk melindungi agama, kehidupan, akal, harta, dan keturunan. Dalam konteks ini, etika bisnis islam pada dasarnya berupaya untuk mencapai kebahagiaan dalam kehidupan dunia dan akhirat (falah) melalui perilaku hidup yang baik dan terpuji. Menurut Al-Ghazali, segala sesuatu yang menjamin perlindungan terhadap lima aspek tersebut akan memberikan manfaat kepada manusia dan merupakan keinginan yang sangat diinginkan oleh setiap individu.

Bisnis umumnya merujuk pada kegiatan yang dilakukan oleh individu dengan tujuan memperoleh keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup, dengan mengelola sumber daya keuangan secara efisien dan efektif. Dalam konteks prinsip etika bisnis islam, bisnis diharapkan untuk beroperasi sesuai nilai-nilai yang terkandung dalam islam.

Aturan untuk melindungi lima tujuan syariah dalam bisnis adalah perlindungan hak yang dimana islam mengatur hubungan bisnis antar

individu untuk saling menjaga harta benda. Dalam hal ini pedagang harus jujur kepada pembeli agar hak pembeli tidak digunakan secara adil.

Allah SWT berfirman sebagaimana dalam konsep berdagang yang diutamakan sikap kejujuran yang sesuai dengan Al-Qur'an yang terdapa dalam QS. Al-Baqarah/2:278.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُّوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman.”(QS. Al-Baqarah/2:278)

Etika bisnis islam dapat dinilai nelalui lima prinsip utama yang tercermin dalam aksioman etika islam. Prinsip-prinsip tersebut mencakup tauhid, kejujuran, kehendakan bebas, tanggung jawab, dan keadilan. Dari prinsip-prinsip ini, terdapat indikator yang digunakan dalam mengukur penerapan etika bisnis islam. Hal ini bertujuan untuk menilai sejauh mana kepuasan pelayanan konsumen di Toko Heijab Store Makassar sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam.

Kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan konsumen kerana kepuasan tersebut juga memengaruhi kesetiaan, komitmen, dan keinginan untuk beralih ke merek atau produk lain. Meskipun suatu perusahaan mungkin unggul dari pesaingnya dalam hal kualitas produk, hal yang sama berlaku dalam hal kualitas pelayanan yang diberikan. Aspek-aspek dari kualitas pelayanan dapat diukur dan

dinilai melalui strategi yang memengaruhi manfaat yang dirasakan oleh konsumen.

Kepuasan konsumen adalah hasil dari ketika kebutuhan mereka atas suatu produk atau pelayanan yang dianggap terpenuhi. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu barang atau produk, kemungkinan besar mereka akan tetap menjadi pelanggan dalam jangka waktu yang panjang. Kepuasan konsumen telah menjadi konsep inti dalam dunia bisnis. Penting untuk diingat bahwa kepuasan merupakan kondisi emosional seseorang yang bisa menghasilkan rasa senang dan, meskipun kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan bertujuan untuk menciptakan kepuasan. Sebagai seorang muslim memberikan pelayanan harus mencerminkan nilai-nilai hukum syariah yang mencakup pengakuan terhadap nilai-nilai ketakwaan dan menunjukkan ketabahan dalam imam untuk menjalankan bisnis sesuai prinsip-prinsip syariah.

Realitas yang kita hadapi saat ini di masyarakat adalah adanya penyimpangan terhadap ajaran agama dan merosotnya etika perusahaan. Dalam masyarakat saat ini, bisnis merupakan suatu kegiatan manusia yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Pebisnis mencari keuntungan sebesar-besarnya. Namun dalam sudut pandang etika islam yang dimaksud bukan sekedar kemaslahatan, namun juga keberkahan. Keberkahan bisnis adalah aliran keuntungan yang wajar dan pengakuan dari Allah SWT.

Toko Heijab Store ini merupakan salah satu toko yang menjual berbagai macam hijab dan pakaian perempuan yang dimana lokasinya yang sangat strategis dan mudah dijangkau. Dalam menjalankan sebuah usaha tentunya pebisnis perlu manajemen dan komitmen untuk menjalankannya, karena manajemen berfungsi sebagai tehnik yang digunakan para pelaku usaha mulai dari perencanaan, pengorganisasian, serta pelaksanaan evaluasi terhadap hasil yang sudah dijalankan dari usaha tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Toko Heijab Store Makassar”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana implementasi etika bisnis islam dalam meningkatkan kualitas pelayanan konsumen pada Toko Heijab Store Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis islam dalam meningkatkan kualitas pelayanan konsumen pada Toko Heijab Store Makassar.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya tentang penggunaan konsep etika bisnis islam dalam meningkatkan kualitas pelayanan konsumen pada Toko Heijab Store Makassar.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan bagi akademis mengenai implementasi etika bisnis islam dalam meningkatkan kepuasan pelayanan konsumen.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi penelitian selanjutnya tentang implementasi etika bisnis islam dalam meningkatkan kualitas pelayanan konsumen.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Konsep Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika, Bisnis dan Bisnis Islam

Etika merupakan analisis mengenai prinsip-prinsip moral yang menilai kesesuaian perilaku dan tindakan. Istilah ini berasal kata Yunanin “ethos” yang merujuk pada kebiasaan atau pola perilaku, dan memeriksa landasan dari berbagai standar moral. Etika juga dapat dianggap sebagai pedoman yang memungkinkan suatu komunitas untuk membimbing dan meningkatkan perilaku yang dianggap baik yang seharusnya dilakukan.

Bisnis merupakan komponen tak terpisahkan dari kegiatan manusia. Dalam konteks kegiatan ekonomi manusia, dunia bisnis dihadapkan kepada keputusan yang berkaitan dengan penggunaan faktor-faktor produksi. Efisiensi dan efektivitas menjadi prinsip dasar dalam perilaku bisnis. Bisnis dijalankan dengan tujuan mendapatkan keuntungan dan menjaga kelangsungan hidup konsumen.

Etika bisnis adalah cabang dari etika terapan yang berfokus pada pengawasan dan penilaian aspek moral dalam konteks bisnis. Ini juga meneliti sejauh mana entitas bisnis berperilaku secara moral serta mengidentifikasi kekurangan dalam proses alamiah mereka. Etika bisnis melibatkan semua segi kegiatan bisnis, mulai dari produksi dan manajemen hingga keuangan dan pemasaran.

Islam adalah keyakinan agama yang diperkenalkan oleh Nabi Muhammas SAW, berdasarkan pada Al-Qur'an yang diakui sebagai wahyu dari Allah SWT.

Etika bisnis Islam mencakup nilai-nilai yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan ajaran Rasulullah SAW yang menetapkan pedoman dalam menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ini mencakup prinsip-prinsip moral yang diambil dari Al-Qur'an dan hadis yang harus diikuti oleh semua individu yang terlibat dalam bisnis. Dengan demikian, etika bisnis Islam mencakup segala tindakan yang terkait dengan proses bisnis yang harus dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum halal dan haram dalam hal keuangan dan pengelolaan harta.

Dalam Islam, etika bisnis menegaskan agar umat Muslim bertindak sesuai dengan ketentuan yang diizinkan dan dilarang oleh Allah SWT, termasuk dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Manusia memiliki kebebasan untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan mereka. Etika dalam bisnis berperan dalam membantu para pengusaha menghadapi situasi moral yang muncul dalam praktik bisnis mereka. Etika bisnis Islam harus dipahami dengan baik agar risiko kerugian bisnis dapat diminimalisir, dan melalui praktik etika yang benar, mereka tidak akan merasa dirugikan. Sebaliknya, masyarakat juga berpotensi menerima manfaat yang substansial dari transaksi jual-beli yang dijalankan.

Etika bisnis memiliki beberapa teori-teori (Syafiq, 2019), diantaranya:

1) Theory Ethics Utilitarianisme (Teori Etika Manfaat/Kegunaan)

Istilah "utilitarianisme" berasal dari bahasa latin "utilis," yang berarti manfaat atau kegunaan. Jeremy Bentham, seorang filsuf dan ekonom asal Inggris, adalah tokoh utama dalam pengembangan etika ini. Utilitarianisme adalah kerangka etika yang memandang bahwa kebaikan atau penilaian atas suatu tindakan atau hasil ditentukan oleh seberapa bermanfaatnya hal tersebut, baik atau buruknya berdasarkan akibatnya. Karena fokusnya pada hasil atau konsekuensi, etika ini juga dikenal sebagai etika konsekuensialisme. Pendekatan utilitarianisme ini mendominasi pandangan manusia dalam konteks perilaku ekonomi modern, di mana pelaku ekonomi dan bisnis sering kali menekankan pencapaian hasil atau output tanpa memperhatikan prosesnya. Ini mengakibatkan manusia terjebak dalam pemikiran pragmatis yang cenderung membenarkan cara apa pun demi mencapai tujuan yang diinginkan.

2) Theory Etichs of Relativisme (Teori Etika Relatif)

Etika ini meyakini bahwa tidak ada standar pasti untuk menilai apakah suatu tindakan adalah etis atau tidak, benar atau salah. Semua hal cenderung bersifat relatif, sehingga setiap individu memiliki kriteria etika yang berbeda. Individu yang hidup dalam berbagai budaya memiliki pandangan etika yang khas. Tiap orang dapat menetapkan standar etika mereka sendiri

berdasarkan nilai-nilai yang berkembang dalam lingkungan budaya mereka. Nilai dan perilaku sosial harus dipahami dalam konteks budaya di mana mereka berkembang.

3) Theory Ethics Of Duty (Teori Etika Kewajiban)

Asal muasal konsep kewajiban ini dapat dilacak pada pemikiran filsuf Jerman, Immanuel Kant. Etika ini juga dikenal sebagai deontologi, istilah yang berasal dari kata Yunani "deon" yang mengartikan kewajiban (duty). Pendekatan ini menyatakan bahwa suatu tindakan memiliki nilai moral dan dianggap moral jika dilakukan dengan motivasi yang baik (goodwill). Tindakan dianggap baik jika dilakukan karena kewajiban yang mendasar. Menurut Kant, suatu tindakan dianggap baik jika dilakukan berdasarkan "imperatif kategoris", yaitu kewajiban yang dilaksanakan tanpa syarat.

4) Theory Naturallaw of Ethics (Teori Etika Hak)

Doktrin Etika Hukum Alam dikembangkan oleh John Locke, seorang filsuf asal Inggris. Pendekatan ini didasarkan pada prinsip utama penghargaan terhadap hak-hak dan kebebasan yang melekat pada individu. Individu memiliki hak-hak dasar dan kebebasan yang merupakan bagian dari potensi alamiah yang harus dihormati.

5) Theory Ethis of Virtue (Teori Etika Keutamaan)

Pendekatan ini tidak mempertimbangkan apakah tindakan tersebut adil, jujur, atau dermawan, melainkan fokus pada sifat atau karakter individu dalam hal adil, jujur, dermawan, dan

sejenisnya. Akarnya dapat ditemukan dalam tradisi pemikiran Yunani Kuno, khususnya pada masa Aristoteles (384-32 SM). Keutamaan merujuk pada karakteristik bawaan seseorang yang memungkinkannya untuk bertindak secara moral. Dalam konteks etika bisnis, keutamaan ini harus menjadi bagian integral dari sifat dan karakter dalam berbisnis, seperti kejujuran, kesetaraan, kepercayaan, dan ketekunan.

b. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebatilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela atau keridaan, baik ketika untung atau pun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya. Sebagaimana firman Allah SWT Pada QS. An-Nisa/4: 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamau dengan jalan yang batil, kecuali jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu memunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa/4 :29)

Ayat di atas menjelaskan bahwa aturan main perdagangan Islam melarang adanya penipuan di antara kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli, harus rida dan sepakat serta melaksanakan

berbagai etika yang harus dilakukan oleh pedagang Muslim dalam melaksanakan jual beli. Dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, diharapkan suatu usaha perdagangan seorang Muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli masing-masing akan saling mendapat manfaat.

Islam menjadi sumber nilai dan etika yang melibatkan seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia bisnis. Islam menyajikan pandangan etika bisnis yang komprehensif, mulai dari prinsip-prinsip dasar hingga masalah-masalah yang berkaitan dengan perdagangan, yaitu faktor produksi, tenaga kerja, modal organisasi, distribusi kekayaan, upah, barang dan jasa, kualifikasi bisnis, serta etika sosial-ekonomi yang melibatkan hak milik dan hubungan sosial. Dalam sejarahnya, agama islam menunjukkan sikap positif terhadap perdagangan dan kegiatan ekonomi, dengan Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pedagang yang memainkan peran penting dalam penyebaran agama islam melalui komunitas pedagang islam.

Dalam Al-Qur'an terdapat peringatan terhadap penyalahgunaan kekayaan, tetapi tidak dilarang mencari kekayaan dengan cara halal. Sebagaimana telah ditetapkan dalam QS. Al-Baqarah/2: 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَفُومُونَ إِلَّا كَمَا يَفُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا

سَدَفَتْ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا

خَالِدُونَ

Terjemahnya:

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.” (QS. Al-Baqarah/2 :275)

Islam menempatkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang amat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rezeki dan penghidupan. Oleh karena itu sangat penting adanya etika dalam perdagangan tersebut. Etika yang ditetapkan dalam kegiatan bisnis tentunya akan selaras dengan prinsip moralitas.

Kunci etika bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, itu sebabnya misi diutusnya Rasulullah ke dunia adalah untuk memperbaiki dan menyempurkan akhlak manusia. Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami yang mencakup Husnul Khuluq. Pada derajat ini Allah akan melapangkan hatinya, dan akan membukakan pintu rezeki, dimana pintu rezeki akan terbuka dengan akhlak mulia tersebut, akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis.

c. Prinsip Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah sistem manajemen bisnis berdasarkan Al-Qur'an dan hadits serta hukum fiqh. Dalam penerapan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus diterapkan bagi pelaku bisnis. Adapun hal-hal yang harus diperhatikan sebagai berikut:

1. Prinsip Tauhid

Tauhid adalah konsep bahwa segala tindakan manusia dilakukan sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT, mengarahkan seluruh aspek kehidupan umat muslim, termasuk dalam bidang sosial dan ekonomi. Dalam aktivitas ekonomi, baik itu individu, kelompok, pelaku bisnis, maupun pemerintahan, penting untuk memegang teguh prinsip ini agar aktivitas ekonomi sejalan dengan ajaran Islam.

2. Prinsip Keadilan

Prinsip yang mengajarkan tentang keadilan adalah salah satu prinsip dasar yang harus dijunjung tinggi oleh setiap individu dalam hidupnya. Dalam setiap aspek bisnis, islam menuntut agar bertindak secara adil, karena dalam islam konsep keadilan merujuk pada perlunya menjunjung hak-hak orang lain, hak alam semesta, hak lingkungan sosial, serta hak terhadap Allah dan Rasul-Nya.

3. Prinsip Kehendakan Bebas

Dalam konteks bisnis, tanggung jawab memiliki peranan yang sangat signifikan. Meskipun berbagai bentuk kebebasan dalam kegiatan bisnis, penting untuk diingat bahwa pencapaian

tujuan atau mendapatkan keuntungan tidak menandakan akhir dari kewajiban atau tanggung jawab yang harus diemban.

4. Prinsip Tanggung jawab

Dalam dunia bisnis, tanggung jawab memiliki peran penting. Meskipun bisnis melibatkan beragam kebebasan dalam aktivitasnya, ini tidak berarti bahwa segala sesuatu berakhir ketika mencapai tujuan yang diinginkan atau memperoleh keuntungan.

5. Prinsip Kebenaran

Prinsip kebenaran merupakan peran utama dalam transaksi jual-beli yang melibatkan kejujuran dan moralitas. Kejujuran dalam bisnis tercermin dalam perilaku jujur dalam setiap tahapan tanpa adanya penipuan. Dalam transaksi jual-beli penting bahwa pengiriman barang sesuai dengan pesanan pembeli, dan barang yang dijual sesuai dengan deskripsi yang diberikan pada saat promosi produk, sehingga pembeli tidak merasa ditipu.

d. Manfaat Etika Bisnis Islam

Menurut Mulyawisdawati, perusahaan harus menerapkan kode etika dalam kesehariannya karena ada beberapa manfaat diantaranya:

1. Perusahaan yang menerapkan norma-norma etika dapat membentuk atmosfer psikologis yang positif di lingkungan kerja, sementara perusahaan yang tidak mengadopsi standar tersebut akan mengalami dampak sebaliknya.

2. Kepercayaan (Trust) dalam suatu perusahaan merupakan hal yang sangat mendasar. Memelihara perilaku etis yang konsisten diperlukan untuk mempertahankan kepercayaan konsumen. Perusahaan yang menjalankan praktik etika dapat membina hubungan saling percaya yang stabil dan menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan.
 3. Melakukan tindakan yang baik atau buruk dilingkungan kerja akan berdampak pada produk-produk dan layanan yang dihasilkan.
 4. Perusahaan dapat menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas karena etika bisnis memberikan dasar yang mengidentifikasi apa yang baik atau buruk, benar atau salah, wajar atau tidak wajar, layak atau tidak layak.
 5. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis, perusahaan dapat menghindari masalah yang dapat merugikan kegiatan bisnisnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa standar etika yang baik sejalan dengan keberhasilan bisnis (Good ethics is good business).
- e. Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam

Berdasarkan aksioma dasar etika bisnis Islam di atas, terdapat nilai-nilai dasar yang harus dimiliki setiap insan dalam kegiatan bisnis atau perdagangannya. Nilai-nilai etika bisnis Islam bersumber dari Al-Quran dan Hadis. Secara substansial, nilai-nilai ini memperjelas prinsip-prinsip etika dalam Islam sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya. Menurut Azharsyah dan 'Azzah (2014) dalam (Umuri, 2021)

Adapun menurut Abdul Aziz, nilai-nilai etika bisnis dalam Islam di antaranya jujur ketika menakar atau menimbang, menjual produk yang baik dan halal, menjual produk yang berkualitas unggul, tidak menyembunyikan jika ada barang yang cacat, tidak bersumpah dalam berdagang, melakukan persaingan yang sehat, tidak melakukan transaksi yang mengandung riba, gharar dan maysir serta bermurah hati (Umuri, 2021)

Kemudian, Suyanto menguraikan nilai-nilai etika bisnis Islam yang terbagi dalam perilaku bisnis. Ini termasuk memiliki niat yang tulus, melakukan transaksi yang baik dan halal, bersikap adil, berprinsip jujur, mempertahankan janji, saling menghormati kedua belah pihak, memenuhi hak orang lain, memberi bantuan dalam bisnis, bekerja dengan penuh dedikasi, menghindari riba dan penipuan, tidak mendapatkan secara tidak benar, tidak melibatkan kecurangan dan kerugian, tidak berkhianat kepada rekan bisnis, menghindari sumpah palsu, menyerahkan bisnis kepada orang yang berkompeten, tidak menggunakan sumpah palsu, tidak bersaing dengan penjualan atau tawaran dari sesama, serta menghindari spekulasi (gharar).(Umuri, 2021)

Adapun nilai-nilai Etika Bisnis islam adalah sebagai berikut (Athar, 2020):

1. kesatuan (Unity)

Dengan menyatukan aspek religius dengan bidang lainnya, seperti ekonomi, akan menumbuhkan kesadaran dalam diri seseorang bahwa segala tindakannya akan tercatat, termasuk

dalam aktivitas ekonominya. Hal ini membuat individu lebih cenderung mematuhi segala aturannya dalam melakukan bisnis. Dengan perhatian yang terus menerus terhadap prinsip-prinsip etika, yang didorong oleh kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, individu akan lebih peka terhadap naluri altruistiknya, baik terhadap sesama manusia maupun lingkungannya. Ini menunjukkan bahwa konsep tauhid memiliki dampak yang sangat signifikan bagi seorang Muslim.

2. Keseimbangan (Equilibrium)

Dalam konteks dunia kerja dan bisnis, Islam menekankan pentingnya keadilan, bahkan terhadap pihak yang mungkin tidak disukai. Islam mendorong para pengikutnya untuk bertindak adil dan berbuat kebajikan. Lebih dari itu, keadilan harus diprioritaskan sebelum kebajikan dalam urusan bisnis. Salah satu aspek adil yang paling penting adalah bahwa pengusaha Muslim harus menggunakan alat timbangan yang akurat dalam menakar dan menimbang, karena tindakan ini merupakan standar terbaik yang mendekatkan pada kesalehan atau ketakwaan.

3. Kehendak bebas (Free Will)

Konsep Islam memandang bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan secara efektif dalam kehidupan ekonomi. Ini terjadi saat tidak ada campur tangan di pasar, bahkan dari pemerintah. Dalam Islam, kebebasan memiliki posisinya sendiri, karena manusia memiliki potensi kebebasan sejak lahir. Namun, penting untuk dicatat bahwa kebebasan manusia memiliki batas,

sementara kebebasan tanpa batas hanya dimiliki oleh Allah. Oleh karena itu, setiap Muslim harus menyadari bahwa dalam setiap situasi, mereka diarahkan oleh aturan-aturan yang berasal dari ketentuan Tuhan dalam Syariat-Nya, yang ditunjukkan melalui contoh dari Rasul-Nya.

4. Pertanggungjawaban (Responsibility)

Dalam konteks dunia bisnis, hal serupa juga berlaku. Setelah menjalankan berbagai kegiatan bisnis dengan beragam kebebasan, itu tidak berarti semuanya berakhir ketika mencapai tujuan yang diinginkan atau memperoleh keuntungan. Semua itu memerlukan pertanggungjawaban atas tindakan yang dilakukan oleh pelaku bisnis, baik itu dalam transaksi, produksi barang, penjualan, perjanjian, dan hal lainnya.

5. Ihsan

Dalam konteks bisnis, ada beberapa tindakan yang mendukung implementasi aksioma ihsan, seperti sikap murah hati, motif pelayanan, serta kesadaran akan keberadaan Allah dan ketaatan pada aturan yang menjadi prioritas dalam pelaksanaannya.

Dengan demikian, itulah nilai-nilai etika bisnis yang didapatkan dalam ajaran Islam. Secara substansial, nilai-nilai tersebut memperjelas aksioma-aksioma etika bisnis dalam Islam seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Aksioma-aksioma ini dengan sendirinya harus mendapatkan perhatian bagi pelaku bisnis muslim

karena di dalamnya banyak terkandung hikmah yang dapat dipetik dan akan bermanfaat untuk kehidupan selanjutnya.

f. Indikator Etika Bisnis Islam

Terdapat beberapa indikator dalam etika bisnis, yaitu (Hamzah, 2013):

1. Tauhid

Tauhid adalah fundamen ajaran Islam. Indikator ini mengatakan “pengusaha bisnis melangsungkan bisnis karena ketundudukan kepada Allah SWT serta memiliki motivasi ibadah kepada-Nya.

Dalam prinsip ini terkandung makna bahwa Allah SWT adalah pemilik dan pencipta alam semesta dan isinya serta menetapkan aturan dan hukum termasuk kegiatan bisnis dan batas perilaku pengusaha bisnis. Dengan memegang prinsip ini seorang pengusaha bisnis akan menyadari bahwa semua aktivitas bisnis yang dilakukan harus senantiasa sejalan dengan apa yang telah ditetapkan oleh Allah SWT dalam masalah ekonomi termasuk bisnis.

2. Keadilan

Berkaitan dengan keadilan, terdapat dua kata yang digunakan Al-Qur’an, yaitu al-adl dan al-qisth. Kata al-qisth memiliki makna yang sama dengan kata al-adl, yaitu al-adl wa at taswiyyah atau justice. Keadilan dalam Al Qur’an bukan hanya sekadar anjuran, namun keadilan merupakan perintah Allah SWT

yang bersifat mutlak tanpa ikatan waktu, tempat atau individu tertentu.

Dalam kaitannya dengan bisnis, adil dapat dipahami dengan memenuhi hak-hak pihak-pihak yang berinteraksi dalam kegiatan bisnis antara lain dengan menyempurnakan neraca sesuai dengan yang semestinya dan menetapkan harga dengan adil.

Keadilan sangat relevan dalam hal penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Menurut Imam Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kesulitan perjalanan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan pedagang.

3. Kebebasan

Dalam aspek bisnis, kebebasan dapat dipahami bebas dalam membuat perjanjian. Namun, kebebasan tersebut bukan tanpa batas dan perjanjian yang dibuat harus perjanjian yang tidak melanggar syariat. Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati.

4. Amanah

Secara etimologis amanah berarti kejujuran, kepercayaan, kebalikan dari khianat. Terdapat tiga hal yang saling berhubungan di dalam amanah, yaitu pihak yang memberi amanah, hal yang diamanahkan, dan pihak yang menerima amanah.

5. Jujur

Kejujuran menegaskan bahwa manusia harus melakukan sebanyak mungkin kebajikan dalam hidupnya. Dalam dunia bisnis prinsip ini menegaskan bahwa seorang pebisnis harus melakukan banyak kebajikan dan kejujuran, seperti memberikan pelayanan yang optimal, jujur terhadap kualitas produk dan berkomunikasi dengan ramah.

Pelayanan yang baik dan optimal dapat menarik para pembelidan memberikan kepuasan terhadap mereka. Ketika mereka telahtertarik dan merasa puas niscaya bisa dimungkinkan mereka akan menjadi pelanggan yang setia bermitra dengan kita. Berikutnya mengenai jujur terhadap kualitas produk. Hal tersebut sejalan dengan apa yang diperintahkan oleh Allah SWT yang memerintahkan agar aktivitas bisnis selalu dilaksanakan dengan penuh kejujuran. Namun pada kenyataannya banyak pelaku bisnis yang menjalankan aktivitas bisnisnya secara tidak jujur.

2. Definisi Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan. Dalam perspektif TQM (Total Quality

Management) kualitas dipandang secara luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono & Candra, 2012). Sebaliknya, definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversional hingga kepada yang lebih strategis. Lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi (Setiawan, 2019).

Pelayanan secara umum merupakan setiap kegiatan yang ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan yang diinginkan dan kebutuhan pelanggan yang terpenuhi. pada hakikatnya pelayanan ialah serangkaian kegiatan yang merupakan bagian dari proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin meliputi seluruh kehidupan masyarakat dan proses pemenuhan kebutuhan sehari-hari melalui aktivitas. (Nurul Adimah, 2022)

Menurut Suwitho (2019) definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari

perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli barang tersebut. Apabila barang yang diterima atau dirasakan (percieved service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas barang dipersepsikan baik dan memuaskan. (Trisya Muliati, 2021)

b. Kualitas Pelayanan Dalam Islam

Kualitas Pelayanan Adalah dalam suatu Pelayanan dalam sebuah bisnis islami tentunya dilandasi oleh bebrapa hal pokok yang meliputi kepribadian yang amanah dan bisa percaya, dan mengetahui dan ketrampilan yang bagus. Menurut perspektif ekonomi islam dalam memberikan pelayanan harus berprinsip pada nilai-nilai syariah islam sehingga mewujudkan ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanan dan menjalankan syariat islam. Alqur'an surah Al-Baqarah: 267 yang artinya: hai orang-orang yang beriman nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji". Dari ayat di atas menegaskan dalam memberikan pelayanan haruslah yang berkualitas dan yang baik bukan yang buruk. Nilai-nilai islam yang ditetapkan guna mewujudkan pelayanan yang maksimal yaitu (Musyirifin, 2020):

1) Shidiq (Jujur)

Salah satu dimensi kecerdasan ruhani terletak pada nilai kejujuran yang merupakan mahkota kepribadian orang-orang mulia yang telah dijanjikan Allah SWT akan memperoleh limpahan nikmat dari-Nya. Jujur nilai dasarnya adalah integritas, ikhlas, terjamin dan keseimbangan emosional. Jujur berarti melandaskan ucapan, keyakinan serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam.

2) Tabligh (Menyampaikan)

Nabi Muhammad Saw sebagai Rasul terakhir dikaruniai sifat tabligh untuk menyampaikan apa yang perintah oleh Allah kepada umatnya dengan tidak mengurangi sedikitpun perintah yang diterimanya. Sifat tabligh nilai dasarnya adalah komunikatif.

3) Amanah (Terpercaya)

Amanah mempunyai karakteristik diantaranya adalah seseorang dapat dikatakan Amanah ketika ia berlaku jujur, tidak boleh membohongi, menipu, dan mencuri, memiliki keberanian untuk melakukan hal yang benar, membangun reputasi yang baik, serta setia berpihak kepada keluarga, teman dan negara. Amanah adalah kepercayaan yang harus dikembangkan dalam mewujudkan sesuatu yang dilakukan dengan penuh komitmen, kompeten, kerja keras, dan konsisten

4) Fathanah (Cerdik dan Bijaksana)

Fathanah berarti memiliki pengetahuan luas. Kecerdasan yang dimaksudkannya ini bukan hanya kecerdasan intelektual tapi juga kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual. Fathanah juga merupakan kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya dan memiliki pola pemikiran tauhid serta berprinsip hanya karena Allah SWT.

c. Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas layanan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan yang meminta dipenuhi pelayanannya. Konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan "RATER" (responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability) (Setiawan, 2019). Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima.

d. Dimensi Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017: 65) adalah sebagai berikut (Norhayati, 2023):

- 1) Keandalan (reliability), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- 2) Daya tanggap (responsiveness), yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membari pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
- 3) Jaminan (assurance), yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan.
- 4) Empati (emphaty), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Indikator: kemudahan memperoleh pelayanan dan kejelasan informasi.
- 5) Bukti nyata (tangibles), meliputi fasilitas fisik seperti ruangan, sarana komunikasi dan penampilan karyawan. Indikator: fasilitas yang memadai, profil tugas yang ramah dan rapi.

3. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Konsumen

Konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan manusia. Perilaku konsumen mencakup cara konsumen mengalokasikan sumber daya terbatasnya, seperti uang, waktu, dan tenaga untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkan dengan fokus pada kualitas pelayanan konsumen.

Perilaku antar konsumen bervariasi sesuai dengan kondisi personal, situasional, dan faktor eksternal yang memengaruhinya. Diharapkan perilaku konsumen dalam tindakan konsumsinya tetap mematuhi batasan yang telah ditetapkan, termasuk aspek kesehatan, peraturan hukum, dan terutama prinsip syariat yang menjadi panduan utama bagi setiap muslim dalam tindakannya.

Perilaku konsumen dapat dijelaskan melalui tiga tahap. Pertama, preferensi konsumen yang merupakan langkah awal dalam merinci alasan seseorang lebih memilih suatu produk dibandingkan produk lainnya. Kedua, garis anggaran di mana konsumen mempertimbangkan faktor harga dan membuat keputusan berdasarkan pendapatan yang dimilikinya. Ketiga, pilihan konsumen dimana konsumen dengan memahami preferensi dan keterbatasan pendapatan, memilih untuk membeli berbagai barang dengan tujuan memaksimalkan kepuasan sesuai dengan harga yang diinginkan.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu “faktor eksternal dan faktor internal.

1) Faktor eksternal merupakan faktor yang meliputi pengaruh keluarga, kelas sosial, kebudayaan, strategi marketing, dan kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan kelompok yang memiliki pengaruh langsung ataupun tidak langsung pada sikap dan perilaku konsumen. Kelompok ini mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembelian dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertindak. Dalam kasus seperti sekarang ini dengan kemajuan teknologi dan media masa terutama media online sangat mudah sekali bisa mempengaruhi perilaku konsumen.

2) Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu motivasi, persepsi, gaya hidup, kepribadian, dan belajar.” Tindakan setiap individu akan bervariasi sesuai dengan karakteristik dan sifat yang melekat pada diri mereka. Hal ini merupakan hasil dari pengembangan alamiah yang mendorong mereka untuk melakukan suatu tindakan. Kesadaran diri menjadi ciri khas dari perilaku yang berasal dari internal seseorang dan mencerminkan perilaku yang positif.

c. Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam

Dalam ajaran Islam, aspek konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Keimanan memiliki peran sentral karena memberikan landasan penting yang memengaruhi pandangan hidup

seseorang. Pandangan ini kemudian berdampak pada karakter dan kepribadian individu. Kuantitas dan kualitas konsumsi, baik yang bersifat materi maupun spiritual, sangat dipengaruhi oleh tingkat keimanan seseorang. Islam juga telah menguraikan aturan-aturan terkait tindakan manusia, baik yang dianggap baik maupun buruk, serta menetapkan halal dan haram melalui petunjuk yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits.

Nilai-nilai inti yang mendasari perilaku konsumen dalam masyarakat Islam adalah keyakinan akan Hari Kiamat dan adanya akhirat, serta keutamaan, kebenaran, dan ketaatan kepada Allah adalah kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai melalui perbuatan baik dan bermanfaat serta melalui pengendalian diri dari kejahatan. Kekayaan, jika dipelihara dan digunakan dengan baik, adalah alat untuk mencapai tujuan hidup Anda.

Berbagai kegiatan ekonomi dilakukan dengan tujuan mencapai kesejahteraan menyeluruh, yang diharapkan bersifat produktif dan inovatif bagi setiap individu, baik muslim maupun non-muslim. Prinsip kesederhanaan dan ketegangan turut dijaga dalam pelaksanaan kegiatan ekonomi ini. Allah menetapkan batasan-batasan dalam perilaku manusia agar menghasilkan manfaat bagi individu tanpa merugikan hak-hak individu lainnya, sesuai dengan ketentuan hukum Allah (syari'ah).

Ajaran Islam menekankan tentang pembatasan-pembatasan yang berlaku bagi manusia dalam mengonsumsi produk barang atau jasa, yang terdokumentasikan baik dalam Al-Qur'an maupun hadis.

Peningkatan kesejahteraan konsumen diinginkan melalui konsumsi barang yang bermanfaat, halal, sementara mengurangi penggunaan barang yang diharamkan. Dalam prinsipnya, Islam melarang perubahan status hukum dari haram menjadi halal, dan sebaliknya, serta mendorong untuk mematuhi ketentuan-ketentuan tersebut.

Konsumsi, pemenuhan (kebutuhan), dan mencari kenikmatan diperbolehkan, selama tidak terlibat dalam hal-hal yang tidak baik atau berpotensi menimbulkan kerugian. Setiap individu yang beriman berupaya meraih kenikmatan dengan mematuhi perintah Allah SWT, memuaskan dirinya dengan barang-barang dan anugerah yang telah diciptakan (Allah) untuk kemaslahatan umat manusia.

d. Teori Konsumen

Terdapat empat prinsip dalam sistem ekonomi Islam yang bersifat responsif terhadap isu-isu terkait perilaku konsumen, termasuk dalam hal konsumsi (Kurniati, 2017) :

1. Menjalani kehidupan dengan sederhana dan tanpa berlebihan, bahwa kegiatan ekonomi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup (needs) dan bukan untuk memuaskan keinginan berlebihan (wants).
2. Pelaksanaan zakat yang wajib dan sumangan sukarela seperti infak, shadaqah, wakaf, hadiah, mempengaruhi cara konsumen muslim bersikap.
3. Beroperasi dalam kegiatan ekonomi yang sah, menjauhi praktik riba, maisir, dan gharar yang termasuk dalam aspek bahan baku,

proses produksi, output produksi, serta distribusi dan konsumen, semuanya harus berada dalam lingkungan yang halal.

Dari prinsip-prinsip tersebut, terlihat bahwa model perilaku muslim dalam menanggapi harta dan jasa bukanlah tujuan itu sendiri. semua inidianggap sebagai sarana untuk mengumpulkan kebaikan dan pahala guna mencapai falah (kebahagiaan di dunia dan akhirat). Kekayaan dianggap sebagai pondasi kehidupan dan oleh karena itu harus dijaga serta dikembangkan melalui aktivitas produktif (QS. An-Nisa: 5). Harta benda dipandang sebagai anugerah dari Allah yang diberikan sesuai dengan usaha yang diperbuat manusia (QS. An-Nisa: 32).

Islam meyakini bahwa segala yang ada di permukaan bumi dan isinya adalah kepunyaan Allah SWT, diciptakan untuk kepentingan manusia. Manusia diperbolehkan memiliki dan memanfaatkannya , namun tetap dalam batasan kekuasaan Allah SWT. Karena itu, kepemilikan manusia atas harta benda merupakan amanah. Dengan nilai amanah itulah manusia dituntut untuk menyikapi harta benda untuk mendapatkannya dengan cara yang benar, proses yang benar dan pengelolaan dan pengembangan yang benar pula.

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang telah melakukan penelitiannya dan menjadi bahan masukan atau bahan rujukan bagi penulis di antaranya:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Diah Novia Nigrum (2023)	Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konveksi Rizma Collection)	Kualitatif	Hasil penelitian ini merupakan praktik bisnis yang dijalankan oleh Konveksi Rizma Collection telah sejalan dengan kegiatan bisnis islam. Implementasi etika bisnis islam untuk meningkatkan loyalitas pelanggan telah dilaksanakan dengan cukup baik melalui prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, serta kebenaran, seperti kebajikan dan kejujuran.

2.	Richa Angkita Mulyawisdawati (2020)	Implementasi Etika Bsisnis Islam di CV Rumah Warna Yogyakarta	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan CV Rumah Warna Yogyakarta telah mengimplementasi kelima prinsip etika bisnis dalam Islam, yaitu diantaranya; prinsip tauhid; prinsip keseimbangan; prinsip kehendak bebas; prinsip tanggung jawab serta prinsip kebajikan (ihsan).
3.	Zulfa Naillatul (2022)	Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi Pada Almeera Moslem Store Bogor	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan implementasi etika bisnis islam telah sepenuhnya mengadopsi prinsip kesatuan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Toko ini menerapkan konsep pemasaran mellalui produk, harga, dan transaksi.

4.	Destiya Wati (2022)	Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humairah Shop	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menyatakan Humaira Shop sudah sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam jual belinya, dengan prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip ihsan. Dalam menerapkan prinsip-prinsip etika Bisnis Islam Humaira Shop menggunakan strategi E-Marketing 7p, yaitu product dan process menerapkan prinsip tanggung jawab. Promotion, menerapkan prinsip tauhid. Price, menerapkan prinsip keseimbangan. Place menerapkan prinsip kehendak bebas. People dan physical evidence menerapkan prinsip ihsan.</p>
----	------------------------	---	------------	--

5.	Jainuddin, Fitriadi, Sri Wahyuni (2022)	Etika Bisnis Islam Pedagang Muslim Pasar Ijabah Kota Samarinda Dalam Perspektif Islam	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pedagang Muslim di pasar Ijabah kota Samarinda yang dijadikan informan telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam diantaranya; memberikan pelayanan yang baik, jujur dan sabar, tanggung jawab, dan menetapkan harga dengan wajar. Pedagang juga selalu mentaati peraturan-peraturan yang di buat oleh pengelola pasar Ijabah.
6.	Yudhita Meika Wardani, Ahmad Ajib Ridlwan (2022)	Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Pada PT.Tanjung Abadi	Kualitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Tanjung Abadi telah menjalankan etika bisnis islam yang mencakup lima prinsip etika bisnis islam yakni prinsip kesatuan/tauhid, prinsip keseimbangan/adil, prinsip kehendakbebas,

				<p>prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran.</p> <p>Penerapan etika bisnis islam ini berdampak terhadap usaha perusahaan dalam membangun loyalitas pelanggan yang ditunjukkan dari hasil analisis loyalitas pelanggan berdasarkan pembelian secara berulang, melakukan pembelian antar lini produk dan jasa, mereferensikan perusahaan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalannya terhadap pesaing.</p>
7.	Karolus Putra Setiadi, Leonard Adrie Manafe (2021)	Penerapan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan	Kualitatif Deskriptif	<p>Hasil yang diperoleh dari penelitian adalah faktor bukti fisik, faktor kehandalan dan faktor daya tangkap merupakan faktor yang penting dalam</p>

		<p>Kepuasan Konsumen Pada PT Etos Suryanusa</p>		<p>meningkatkan kepuasan konsumen. Faktor kehandalan memiliki pengaruh paling dominan dalam kepuasan konsumen. Faktor jamian dan faktor empati tidak memiliki pengaruh apapun terkait dengan kepuasan konsumen, malah dianggap sebagai faktor penghambat kualitas pelayanan.</p>
8.	<p>Markha Syarifah Al- Hababa(2023)</p>	<p>Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Tempe Barokah Desa Jambearum Kecamatan</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Tempe Barokah telah diimplementasikan yaitu prinsip <i>unity</i> (kesatuan tauhid), prinsip <i>free will</i> (kehendak bebas), prinsip <i>responsibility</i> (tanggung jawab) dan</p>

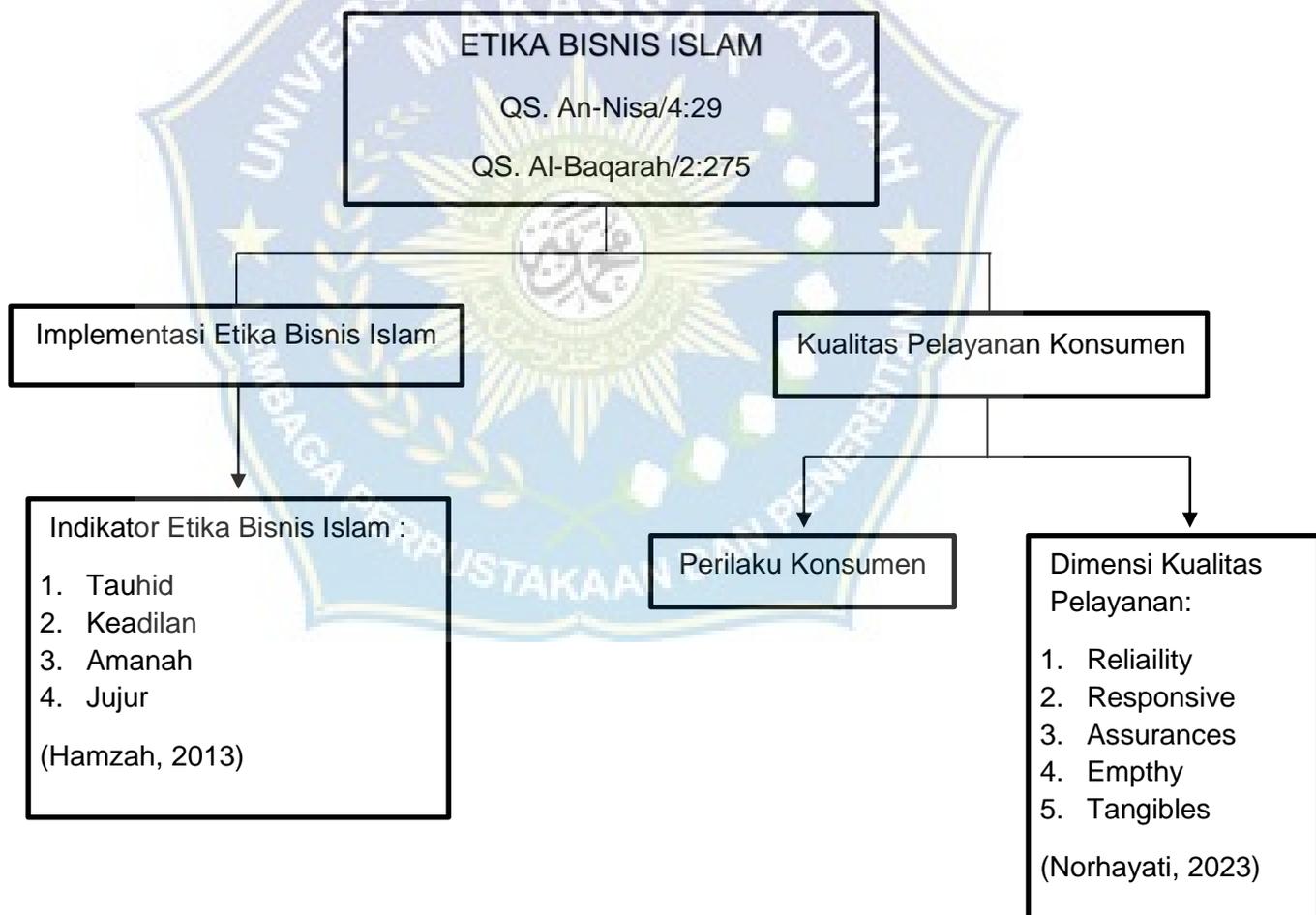
		<p>Puger Kabupaten Jember</p>		<p>Prinsip kebenaran (kebajikan dan kejujuran). Namun, terdapat satu prinsip etika bisnis Islam yang tidak diimplementasikan yaitu prinsip <i>equilibrium</i> (keseimbangan). 2)</p> <p>Dampak implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan <i>loyalitas</i> pelanggan pada UMKM Tempe Barokah sudah terlihat dengan adanya kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan nilai yang dirasakan pelanggan.</p>
9.	Ulanursan (2023)	<p>Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan</p>	Kualitatif	<p>Berdasarkan hasil penelitian ini yang peneliti temukan yaitu : pengobatan klinik Islami ini masih kurang</p>

		<p>Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Badan Usaha Klinik Islam</p>		<p>dalam menerapkan etika bisnis, bisa kita lihat bahwa klinik Islami ini masih membeli produk klinik lain dan menjual kembali dengan melabelkan produk klinik Islami, hal tersebut adalah salah satu bentuk tidak menerapkan etika bisnis. dan juga karena tidak ada karyawan, yang mana pelayanan di klinik Islam ini ditangani sendiri oleh pimpinan klinik Islami, oleh karena itu membuat pelayanan tidak teratur dan masih banyak pasien yang menunggu lebih lama yang mengakibatkan banyaknya waktu yang terbuang.</p>
10.	Fahren Rozi (2022)	Implementasi Marketing Mix Dalam	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Hidden Tea telah

		<p>Meningkatkan Konsumen Pada Cafe Hidden Tea (Perspektif Etika Bisnis Islam)</p>	<p>mengimplementasikan konsep marketing mix dengan melibatkan semua unsur bauran pemasaran 7P, seperti produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses, dan bentuk transaksi. 2) Implementasi 7P oleh Hidden Tea secara keseluruhan telah berjalan dengan baik. 3) Dalam konteks etika bisnis islam, penerapan Hidden Tea secara umum sejalan dengan konsep soul marketing yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw. Namun tingkat profesionalisme masih perlu ditingkatkan.</p>
--	--	---	--

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan beragam aspek yang sudah diidentifikasi. Kerangka berpikir penelitian ialah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan telaah kepustakaan. Kerangka berpikir memuat teori atau dalil serta konsep-konsep yang menjadi dasar dalam penelitian (Sugiono, 2019). Adapun kerangka pikir yang disusun dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan penelitian lapangan (field research) melalui pendekatan *Descriptive Research*. Dalam penelitian kualitatif, peneliti mendeskripsikan suatu keadaan yang sebenarnya yang diketahui dari kegiatan observasi yang dilakukan oleh peneliti. Sehingga dalam penelitian ini peneliti menjadi instrumen kunci dari penelitian, yang mana ia harus dapat menggali data dengan penuh ketelitian kemudian dapat memaknai data yang diperolehnya dengan penuh makna.

B. Fokus penelitian

Fokus adalah domain yang terkait dengan situasi sosial yang meliputi aspek tempat, pelaku dan aktivitas menjadi perhatian dalam penelitian (wekke, 2019). Fokus penelitian pada rumusan masalah yaitu bagaimana etika bisnis islam dalam meningkatkan kualitas pelayanan konsumen pada toko Heijab Store Makassar. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dianggap sebagai hal yang relevan sebagai tujuan penelitian.

C. Situs Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana situasi sosial tersebut berkaitan dengan sasaran atau permasalahan yang akan diteliti (Sugiyono, 2018). Lokasi penelitian ini dilakukan di Toko Heijab Store Makassar. Yang berada di Jalan Bumi Tamalanrea Permai BTP No.29, Blok M, Kec. Tamalanrea, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini rencananya dilaksanakan sejak tanggal surat penelitian diterbitkan.

D. Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019:137), sumber primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan informasi kepada peneliti dengan melakukan proses pengumpulan data secara sistematis terkait dengan permasalahan yang tengah dihadapi. Penelitian ini mengandalkan data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha bisnis serta melibatkan data-data yang terdokumentasi, seperti kumpulan dokumen yang relevan dengan fokus penelitian. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan informasi, peneliti mencari narasumber penelitian yang tepat dan sesuai dengan topik penelitian. Dalam hal ini, perlu adanya narasumber utama yang dapat dijadikan objek penelitian sebagai sumber data primer.

Penulis menggunakan metode ini untuk mendapatkan informasi dan data-data tentang kualitas pelayanan konsumen yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Owner Heijab Store Makassar.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah jenis sumber yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, melainkan melalui perantara seperti orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2019). Dalam konteks ini, data sekunder diperoleh dari

berbagai sumber seperti perpustakaan, buku-buku, jurnal, internet, dan artikel yang relevan dengan topik penelitian tentang etika bisnis dan pemasaran Islam.

E. Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Ada tiga jenis informan yaitu informan kunci, informan ahli, dan informal insidental. Informan kunci merupakan informan yang memiliki pemahaman dan informasi yang baik dan menyeluruh tentang topik. Adapun informan dalam penelitian ini terdiri dari 9 yang diantaranya:

1. Fadly Yashari Soumena (Owner)
2. Nur Hamdana (Karyawan)
3. Sitti Aminah (Karyawan)
4. Rizky Amelia (Karyawan)
5. Rislah (Konsumen)
6. Fatmawati Kahar (Konsumen)
7. Hasra Majid (Konsumen)
8. Melisa (Konsumen)
9. Khaerunnisa (Konsumen)
10. Amriani (Konsumen)
11. Darmiati Mustakim (Konsumen)
12. Aisyah Nursyafariah (Konsumen)
13. Faliha Athaya (Konsumen)
14. Nur Annisatul (Konsumen)

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan peneliti turun langsung ke lapangan, kemudian mengamati gejala yang sedang diteliti setelah itu peneliti bisa menggambarkan masalah yang terjadi yang bisa dihubungkan dengan teknik pengumpulan data yang lain seperti kuesioner atau wawancara dan hasil yang diperoleh dihubungkan dengan teori dan penelitian terdahulu (Sahir, 2021). Observasi disini diartikan secara langsung mengamati keadaan yang ada di Toko Heijab Store Makassar.
2. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan memberi sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian kepada narasumber yang sudah ditentukan. Percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan kepada terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.
3. Dokumen merujuk pada catatan peristiwa yang telah terjadi, yang dapat berupa tulisan, gambar, atau karya monumental (historis) yang dihasilkan oleh seseorang. Pengumpulan data dengan teknik dokumentasi melibatkan pemeriksaan catatan yang mencakup data pribadi responden. Peneliti memanfaatkan dokumen-dokumen, seperti catatan hasil wawancara mengenai kualitas layanan pelanggan, untuk mendukung proses pengumpulan data yang digunakan adalah:
 - a) Dokumentasi Kegiatan Penelitian oleh Peneliti di Toko Heijab Store Makassar.

- b) Dokumentasi Kegiatan-kegiatan yang mendukung penelitian pada Toko Heijab Store Makassar.
- c) Dokumen-dokumen pendukung lainnya yang terdapat pada Toko Heijab Store Makassar.

G. Metode Analisis Data

Analisis Kualitatif dalam hal Melibatkan penafsiran dan pemahaman mendalam terhadap data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, tema, dan konsep yang muncul dari data, serta memberikan penjelasan yang lebih mendalam tentang Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Toko Heijab Store Makassar. Adapun langkah-langkah dalam analisis kualitatif:

1. Transkripsi yakni Jika data yang dikumpulkan berupa rekaman wawancara atau observasi, langkah pertama adalah mentranskripsikan data tersebut ke dalam bentuk teks tertulis. Ini melibatkan pengetikan ulang percakapan wawancara atau catatan observasi ke dalam bentuk tulisan.
2. Interpretasi yaitu Peneliti akan memberikan pemahaman dan makna yang lebih dalam terhadap data yang telah dikumpulkan dalam penelitian, yang lebih mendalam terhadap implikasi dari temuan-temuan tersebut terhadap implementasi etika bbisnis islam dalam meningkatkan kualitas pelayanan konsumen pada Toko Heijab Store Makassar.

3. Kesimpulan yaitu Setelah data direduksi dan disajikan langkah yang terakhir yaitu penarikan kesimpulan. Penarikan simpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah berdirinya toko Heijab



Gambar 4.1 Logo Heijab

Heijab didirikan pada tahun 2016, ide jilbab dan fashion nya sudah mulai sejak 2014. Heijab didirikan pasangan suami istri oleh **Fadly Yashari Soumena** dan **Chusnul Fatiha Chairan**. Usaha ini dirintis pertamakali sejak Oktober 2016, ketika itu keduanya masih berstatus mahasiswa S1. Mereka memulai usaha dengan menjadi reseller dari salah satu brand jilbab ternama di pasaran. Membeli jilbab tersebut dalam jumlah banyak di pusat grosir Kota Makassar, kemudian dipasarkan ulang secara online. Proses distribusi saat itu menggunakan sistem kurir, dengan mengantar langsung ke alamat tujuan di Kota Makassar. Nama “**HEIJAB**” digunakan sebagai brand karena memiliki filosofi. Pertama, nama tersebut terdiri dari dua suku kata yaitu “**HEI**” yang memiliki arti menyapa atau memberikan

sapaan, kemudian “**JAB**” yang diartikan sebagai hijab atau jilbab. Kedua, ketiga, penggunaan istilah Heijab sebagai brand lebih menekankan pada unsur simple, creative, dan (familiarity) mudah diingat. Heijab hadir sebagai local brand pilihan untuk memenuhi kebutuhan hijab muslimah Indonesia, khususnya Kota Makassar.

2. Profil singkat toko Heijab



Gambar 4.2 Toko Heijab Store

Profil perusahaan adalah sebagai berikut:

Nama Toko	: Heijab Store
Pemilik Toko	: Fadly Yashari Soumena, S.E.,M.Si
Bidang Usaha	: Local Brand
Alamat	: BTP No.29, Blok M, Kec. Tamalanrea, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

3. Visi dan Misi

Adapun visi, misi Toko Hejab meliputi:

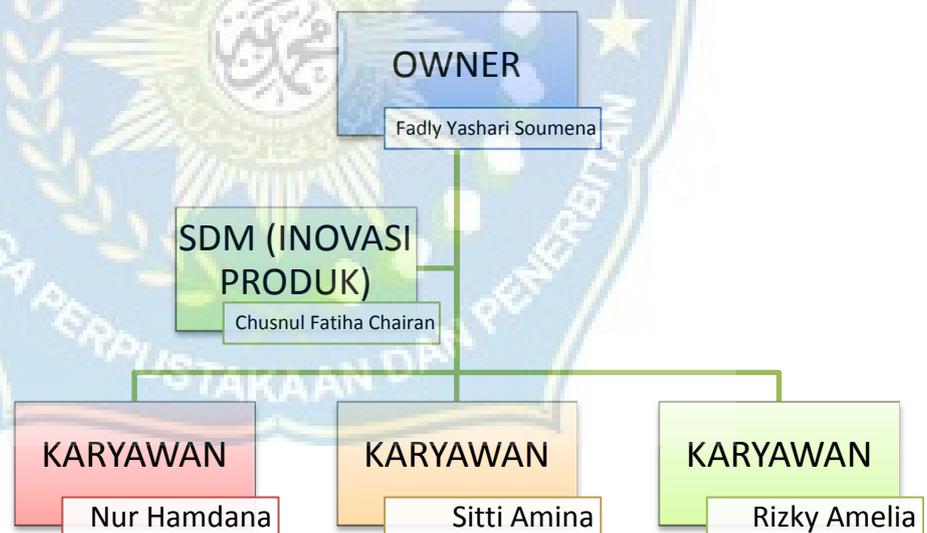
a. Visi

“Menjadikan salah satu local brand hijab terbaik di Sulawesi Selatan.”

b. Misi

- 1) Meningkatkan akses layanan penjualan berbasis offline dan online store.
- 2) Meningkatkan inovasi dan kreatifitas produk fashion muslim.
- 3) Meningkatkan pengembangan brand berbasis industri halal Indonesia.

4. Struktur Organisasi Toko Hejab



Gambar 4.3 Struktur Organisasi Toko Hejab Store

- Owner (hubungan eksternal dan internal)
- SDM (inovasi produk)
- Karyawan (kualiti control, admin sosial media, kasir) fleksibel

5. Produk Usaha

Berikut ini daftar produk Hijab yang ditawarkan kepada konsumen di Toko Heijab Store Makassar:

Tabel 4.1 Klasifikasi Produk Hijab

Jenis	Varian	Harga
Plain Hijab		Start From Rp.35.00. – Rp.65.000
Plain Hijab Lasercut		
Paris Oval		
Paris Jadul		
Arabian Voal		
Medina Square		
Paris Japan		
Paris Japan Premium		
Paris Premium		
Cornskin Square		
Instan Square		
Noura Pleated Square		
Superfine Voal	Polos	
Pattern Scraf		
Poton Motif	Motif Bunga	
Plain pashmina		Start From Rp.50.000 – Rp.85.000
Pashmina Square		

Pashmina Kaos Haura Instan Pashmina Inner	Polos	
Mini Hanin Instan Hanin Instan Almeera Bergo	Polos	Start From Rp.55.000 – Rp.65.000
Mukenah Anak Plain Mukenah Mukenah Travel	Motif Bunga Polos Motif Bunga	Start From Rp.150.000 – Rp.194.000

B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

Bagian ini peneliti akan menjelaskan dan memaparkan fokus dari penelitian yaitu bagaimana implementasi etika bisnis islam dalam meningkatkan kualitas pelayanan konsumen, hasil penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber/informan yang telah ditentukan.

Hasil penelitian ini akan dipaparkan dan dijelaskan dengan metode pendekatan kualitatif. Dimana peneliti dituntut untuk memaparkan, menjelaskan dan menggambarkan serta menggali secara mendalam informasi terkait apa yang diucapkan dan disampaikan oleh informan di lapangan.

1. Deskripsi Narasumber

Berdasarkan objek penelitian, diperlukan 9 informan untu melakukan eksplorasi data. Daftar informan tersedia dalam tabel berikut:

Tabel 4.2 Identitas Informan

No.	Nama	Jabatan	Peran
1.	Fadly Yashari Soumena, S.E.,M.Si	Owner	Informan
2.	Nur Hamdana	Karyawan	Informan
3.	Sitti Amina	Karyawan	Informan
4.	Rizky Amelia	Karyawan	Informan
5.	Rislah	Konsumen	Informan
6.	Fatmawati Kahar, S.Kom	Konsumen	Informan
7.	Hasra Majid, S.Pd	Konsumen	Informan
8.	Melisa	Konsumen	Informan
9.	Khaerunnisa	konsumen	Informan
10.	Amriani	Konsumen	Informan
11.	Darmiati Mustakim	Konsumen	Informan
12.	Aisyah Nursyafariah	Konsumen	Informan
13.	Faliha Athaya	Konsumen	Informan
14.	Nur Annisatul	Konsumen	Informan

2. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini akan dipaparkan dan diuraikan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam metode penelitian ini, peneliti akan mengeksplorasi, menjelaskan dan mendeskripsikan data secara mendalam. Serta menggali informasi yang disampaikan oleh informan secara langsung di lapangan.

Informasi dan data dari hasil wawancara di dapatkan langsung melalui wawancara dan observasi di lokasi yang dilakukan dalam jangka waktu yang sudah ditentukan. Informan yang akan diwawancarai termasuk owner,

karyawan serta konsumen yang telah berbelanja di Toko Heijab Store Makassar.

a. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam adalah sejumlah kegiatan bisnis dalam berbagai bentuknya dapat dijalankan tanpa pembatasan jumlah kepemilikan barang/jasa serta potensi profitnya. Namun, batasan yang diterapkan dalam cara memperolehnya dan bagaimana harta tersebut digunakan sesuai dengan prinsip-prinsip halal dan haram dalam islam.

Penerapan etika bisnis islam melibatkan praktik sesuai syariah islam dengan mempertimbangkan kesejahteraan umum, keberlanjutan lingkungan, dan perlindungan hak-hak konsumen dalam setiap keputusan bisnis. Hal ini disampaikan bapak Fadly Yashari Soumena selaku owner toko Heijab Store

“Etika bisnis islam yang diterapkan pada toko Heijab itu ada beberapa spek terkait etika bisnis islam, dari awal sudah dibangun konsep etika bisnis islam seperti syirkah (penggabungan modal), penetapan harga, pelayanan dan patuh kepada aturan.”

Penerapan etika bisnis islam di toko Heijab sudah sesuai dengan prinsip prinsip etika bisnis islam yang dimana ia menggunakan beberapa aspek yaitu 1) penggabungan modal, dimana modal yang utama dalam usaha yang paling penting karena modal inilah yang membantu proses memulai, mengoperasikan serta mengembangkakan usaha. Penggabungan modal yang dimaksud adalah gabungan modal antara suami istri pemilik toko. 2) penetapan harga, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas barang dan prinsip-prinsip syariah. 3) pelayanan, yang dimaksud yaitu memberikan pelayanan yang baik dan taat

kepada prinsip etika. 4) patuh kepada aturan, maksudnya aturan yang sudah dibuat toko tidak dapat dilanggar konsumen, dan setiap toko pasti mempunyai aturan di tokonya.

Adapun konsep pelayanan yang diberikan kepada konsumen, menurut karyawan toko:

“kami karyawan Hejrab menerapkan prinsip keramahtamahan dalam memberikan pelayanan kepada setiap konsumen, contohnya kami menerapkan 3S (Salam, Senyum, dan Sapa).”

Konsep itulah yang menjadi pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis islam. Itu yang menjadi kewajiban karyawan dalam melayani konsumen.

Lalu saya bertanya kepada konsumen tentang bagaimana konsep pelayanan konsumen apakah sudah sesuai dengan etika bisnis islam, Rislah menjawab:

“Pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang menunjukkan adanya sifat kejujuran dalam pemberian harga produk juga disertai kebebasan konsumen dalam memilih produk yang dijualkan.

Lalu ditambahkan Melisa :

“Sudah memberikan pelayanan yang sesuai dengan etika bisnis islam.”

Dan dianggapi dengan Khaerunnisa :

“Pelayanan yang diberikan sudah bagus dan sesuai dengan etika bisnis yaitu cepat tanggap kepada costumer dan profesional.

Jawaban lain diberikan Hasra Majid:

“Pelayanan yang diberikan pada toko sudah sesuai dengan prinsip islam salah satunya yaitu prinsip dalam etika islam seperti kehendak bebas dan juga memiliki responsibility.

Dari jawaban di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan toko Heijab Store sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis islam yang mencakup tentang kesopanan, kejujuran, produk dan layanan yang diberikan, kehormatan serta kepedulian terhadap kepuasan konsumen.

b. Kualitas Pelayanan Kepada Konsumen

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan keinginan konsumen. Hal yang paling penting dan diperlukan dalam kualitas pelayanan adalah bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen pada toko Heijab Store.

Menurut Fadly Yashari Soumena selaku owner, Perihal kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, sebagai berikut

“Kalau dari kualitas pelayanannya itu ada dua aspek nanti kita mengedepankan aspek tersebut. Adapun aspek yang dimaksud yaitu transaksi kalau dari aspek pelayanannya kami memberi kemudahan konsumen untuk transaksi, makanya di toko itu ada beberapa transaksi yang bisa dilakukan seperti transaksi nontunai dan tunai semuanya kami punya. Selanjutnya aspek produk yang dimana kita menyediakan produk yang berkualitas dan kuantitasnya cukup salah satunya yaitu kami menyediakan berbagai varian warna hijab dan plan hijab warna hampir mencapai 200 warna itu dari aspek kualitas.”

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen yaitu kemudahan bertransaksi dan kualitas produk yang dimiliki toko Heijab Store. Dalam konteks kualitas pelayanan, kemudahan bertransaksi

menjadi penting karena prinsip-prinsip seperti keadilan, kejujuran, dan keterbukaan sangat ditekankan. Ini berarti menyediakan proses transaksi yang mudah dipahami, adil dan sesuai dengan prinsip syariah.

Kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen melibatkan penilaian terhadap berbagai aspek, termasuk keandalan, kinerja, fitur, desain dan ketahanan. Kualitas produk juga bisa meliputi sejauh mana produk tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen serta sejauh mana produk tersebut bersaing dengan produk lainnya. Evaluasi kualitas produk ini penting untuk memastikan kepuasan konsumen dan mempertahankan reputasi merek yang dimiliki Toko Heijab Store. Adapun produk yang dihasilkan toko Heijab Store sebagai berikut:

Tabel 4.3 Produk Heijab

Varian	Jenis
<ul style="list-style-type: none"> • Plain Hijab • Plain Hijab Lasercut • Paris Voal • Paris Jadul • Arabian Voal • Medina Square • Paris Japan • Paris Japan Premium • Paris Premium • Cornskin Square • Instan Square • Noura Pleated Square • Superfine Voal • Poton Motif 	Hijab Segitiga

<ul style="list-style-type: none"> • Plain Pashmina • Pashmina Square • Pashmina Kaos • Haura Instan • Pashmina Inner 	Hijab Pashmina
<ul style="list-style-type: none"> • Almeera Bergo • Hanin Instan • Mini Hanin Instan 	Hijab Langsung
<ul style="list-style-type: none"> • Mukenah Travel • Plain Mukenah • Mukenah Anak 	Mukenah
<ul style="list-style-type: none"> • Srunchie • Inner Leher • Ciput Ninja • Inner • Manset 	Printilan Hijab
<ul style="list-style-type: none"> • Elea Blouse • Anna Shirt • Polka Blouse • Sena Tunik • Polka Tunik • Midi Dress • Lana Shirt • Inner Dress • Basic Shirt 	Atasan & Dress

Pada tabel 4.1 sudah di klasifikasikan macam-macam produk beserta harga yang dipasarkan toko Heijab Store, kemudian pada tabel 4.3 ada berbagai macam jenis dan varisi hijab yang di produksi sendiri dan di desain oleh toko Heijab Store Makassar.

Adapun cara karyawan menawarkan barang-barang berkualitas kepada konsumen, menurut Nur Hamdana :

“Menawarkan barang-barang berkualitas, ada dua cara yaitu kita melalui sosial media dan kita melalui Toko offline store e menawarkan produk melalui media sosial itu kak dengan cara mengupload mempromosikannya bagaimana kita mempromosikannya melalui sosial media, live instagram, live shopee, live tiktok. Kan sekarang sudah canggih yah kak, jadi sosial media itu sudah sangat gampang dan dapat dijangkau dimana pun orang-orangnya dan daerah mana pun dapat menjangkaunya. Jika mempertanyakan kualitas produk kita yaitu, dengan melalui media sosial dengan melihat testi-testi kami, beberapa konsumen yang telah memiliki produk kami. Jikapun dengan orang-orangnya yang ingin melihat secara langsung kualitas produk kami dia dapat melihatnya ke toko kami offline store.”

Menawakan barang-barang berkualitas kepada konsumen dengan melihat dua aspek yaitu menawarkan secara online (media sosial) dan offline store. Yang dimana kedua aspek itu sangat penting dimiliki setiap toko, sehingga konsumen yang ingin berbelanja sudah mengetahui kualitas produk yang sudah dia lihat baik melalui media sosial maupun offline store. Dengan melihat spesifikasi produk yang diproduksi toko Hejib Store itu sendiri.

Kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan harga yang di berikan kepada konsumen, sehingga Fatmawati Kahar sebagai konsumen mengatakan:

”Produk yang mereka jual sudah sesuai dari segi kualitas dan kuantitasnya itu sudah sesuai prinsip-prinsip syariah, tetapi menurut saya penting juga bagi setiap toko itu memberikan reasurans bahwa apa yang mereka jual apa yang mereka tawarkan kepada konsumen itu sudah sesuai syariah islam dan

memberikan jaminan bahwa apa yang mereka berikan kepada konsumen sudah halal, Kemudian hmm saya juga melihat bahwa toko Heijab Store melakukan kepatuhan terhadap aturan dalam islam dimana memastikan bahwa semua transaksi bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip islam.”

Adapun menurut Melisa dan Rislah produk dan harga yang di berikan kepada konsumen yaitu:

“Harga sudah sesuai dengan kualitas barang yang dipasarkan dan banyak pilihan macam jilbab yang dibutuhkan oleh costumer.”

“Hahahah malah saya kaget dengan pemberian harga yang berikan, karena biasanya harga pasaran secara umum tidak seharga itu. Belum lagi kualitasnya mantap tawwa.”

Produk dan harga yang ditawarkan kepada konsumen sudah sesuai dengan kualitas produk yang dijualnya toko Heijab Store. Yang dimana konsumen mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang mereka bayarkan, sehingga sangat membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih informatif.

Pemberian harga di toko Heijab Store Fadly Yashari Soumena sebagai owner mengatakan:

“Kalau penerapan harganya tentu dipengaruhi dari bahan baku kan bahan dasar kami yaitu kain, tetapi selama berdirinya Toko heijab ini penetapan harga tetap sama walaupun ada kenaikan/penurunan harga kain, tetapi harga di Toko heijab berbeda antara offline store dan online store. Penetapan harga kami sebenarnya ada beberapa produk berbeda antara offline dan online store, tetapi ketika di cek harganya di offline sudah ada tertera dilabel tetapi kalau online beda yang membedakan online

store ada biaya admin yang harus kita sesuaikan. Itu bukan karena faktor bahan baku.”

Harga yang diterapkan di toko Heijab Store sudah sesuai dengan kualitas produknya. Harga produk yang dimiliki sudah tertera pada label harganya sehingga konsumen sudah mengerti harga dan kualitas barang di miliki toko Heijab sudah sesuai kemampuan konsumen untuk membelinya.

Adapun informasi pembelian produk melalui offline dan online store menurut Fadly Yashari Soumena:

”Untuk informasi pembelian barangnya sudah kami sesuaikan dengan offline store, kalau melalui online kami biasa broadcast informasi terkait pembelian open order, produk baru melalui story instagram atau whatsapp. Tapi kalau online itu melalui instagram karena itu merupakan akun pertama Toko heijab.”

Informasi yang diberikan diberikan kepada konsumen melalui story instagram dan whatsapp, sehingga konsumen mudah mendapatkan informasi terkait produk yang di tawarkan toko Heijab Store Makassar.

Menurut Rislah konsumen toko Heijab Store:

“Cukup update terkait dunia fashion, makanya saya tertarik berbelanja di toko ini, jadi biar tidak ke toko mki secara langsung sudah bisa membeli via online. “

Lalu ditambahkan Fatmawati Kahar :

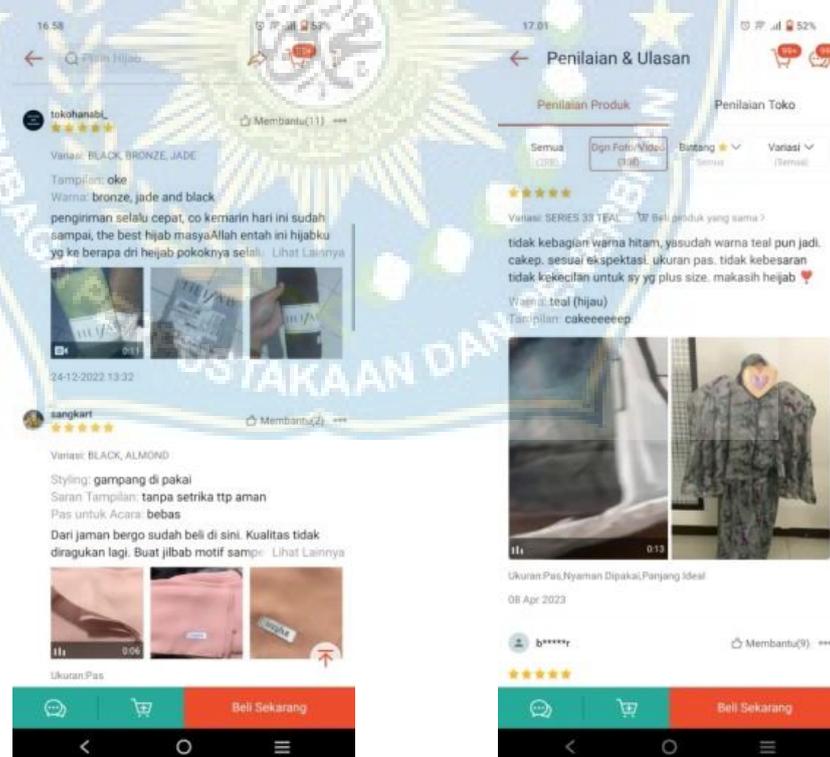
“Memiliki kesesuaian nilai prinsip-prinsip etika bisnis islam seperti prinsip kejujuran, keadilan, transparansi dan lain-lainnya. Sehingga saya pun sebagai konsumen lebih nyaman berbelanja di toko Heijab Store, memberikan saya informasi dan edukasi tentang standar kualitas produk yang mereka tawarkan kepada konsumen.”

Ditambahkan lagi Khaerunnisa :

“Penyebaran informasinya sudah bagus dan untuk marketing sudah sangat bagus sudah dikenal oleh masyarakat karena di promosikan oleh orang-orang yang terkenal di makassar.”

Dari jawaban konsumen diatas dapat disimpulkan bahwa informasi terkait produk sangatlah penting, agar konsumen mengetahui barang ready stock. Selain itu toko Hejab Store sangat update tentang dunia fashion sehingga produk yang ditawarkan sesuai trend fashion di zaman sekarang. Dapat dilihat juga melalui online (media sosial) dengan melihat testi-testi produk yang diberikan kepada konsumen, sehingga informasi yang diberikan sudah jelas mengenai kualitas produk yang dimiliki toko Hejab Store Makassar.

Adapun testi-testi pembelian online shop, yaitu:



Gambar 4.4 Testi Pembelian Online

Adapun kendala yang dihadapi selama melayani konsumen yang dimana kendala tersebut dijadikan pembelajaran pada toko Heijab Store. Lalu saya bertanya kepada karyawan toko Heijab Store Nur Hamdana tentang kendala apa saja yang dihadapi dalam melayani konsumen :

“Jika kendala yang dipertanyakan, saya pikir banyak kendala yang kami dapat tetapi salah satunya itu kak menghadapi costumer yang kita sudah menerangkan dengan baik dan kita sudah menerangkan dan meresponnya dengan baik, tetapi tetap dia yang emosi padahal kita ini sudah menerangkan dan menanyanya sesuai dengan produk dan SOP yang ada di toko kami, tetapi costumer yang merasa dirinya benar.

Lalu dijawab lagi Rizky Amalia :

“Kadang costumer meminta saran kepada kami tapi setelah kami berikan costumer malah tidak menerima saran dari kami, ada juga costumer yang meminta untuk menukar barang, padahal sudah ada ketentuan dari toko kami kalau barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan dan harus betul betul dicek sebelum melakukan transaksi.”

Dapat disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi karyawan pada saat melayani konsumen yaitu komunikasi yang buruk sehingga kesulitan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan sulitnya dipahami kemauan konsumen yang semena-mena mau melanggar aturan toko.

Saya bertanya kepada Fadly Yashari Soumena tentang tanggapan anda jika ada konsumen komplain masalah kualitas produk:

”Selalu di whatsapp kami itu ada pesan otomatis, tetapi ketika ada kelalaian dari kami intropeksi diri dan berterima kasih atas masukan semoga bisa menjadi inovasi kedepannya. Biasa ada

konsumen yang komplek masalah produk seperti bahannya terlalu tipis, tetapi kita meminimalis itu terjadi karena setiap produk yang kami hasilkan ada review bahan, review warna dan review modelnya, karena setiap konsumen berbeda-beda apa yang dia pilih melalui kualitas yang dia inginkan. Secara umum kami menerima masukan dan kritikan terkait kualitas produk yang di miliki.

Ketika ada komplain masalah produk kita mungkin lalai dan berintropeksi diri atas masukan yang diterima, karena sebelum melakukan transaksi selalu karyawan mengarahkan untuk mengecek kembali barang sebelum transaksi.

Kemudian saya bertanya kepada konsumen tentang kendala apa saja yang dihadapi selama berbelanja di toko Heijab Store, lalu Fatmawati Kahar menjawab:

“Selama ini saya sendiri belum merasakan mengalami kendala yang signifikan di toko Heijab Store, namun pernah ada kendala kecil yang pernah saya hadapi termasuk stok barang yang saya inginkan terbatas atau model/motif yang saya inginkan tidak ready stock atau warna. Saya juga merasa bahwa produknya memang memiliki harga yang cukup tinggi daripada ekspektasi saya.”

Dijawab lagi dengan konsumen lain Melisa dan Khaerunnisa:

“Selama berbelanja di toko Heijab tidak pernah mengalami kendala sama sekali.”

“Sejauh ini belum ada kendala yang dihadapi saat berbelanja ke store.”

Dapat disimpulkan bahwa tidak ada sama sekali kendala yang dihadapi konsumen pada saat berbelanja di toko Heijab Store karena kualitas produk yang bagus dan pelayanan karyawan yang cukup ramah.

Lalu saya bertanya tentang puas tidaknya berbelanja di toko Heijab Store, lalu dijawab oleh konsumen Rislah :

“Tentu saja saya sangat puas berbelanja di toko Heijab Store Makassar, apalagi dengan staf-stafnya yang sangat ramah dan e informatik.”

Lalu dijawab Fatmawati :

“Sangat puas berbelanja di toko Heijab Store dari segi produk yang mereka miliki sangat berkualitas tinggi sesuai dengan referensi saya. Selain itu karyawan toko selalu memberikan pelayanan yang baik dan ramah, membantu saya apa yang saya butuhkan selama berinteraksi di toko Heijab Store. Kemudian kemudahan dalam proses transaksi.”

Tidak ada kendala yang dihadapi konsumen selama berbelanja di toko Heijab Store dikarenakan pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai dengan prinsip syariah dan harga yang ditawarkan sudah sesuai kualitas produk yang dimiliki, sehingga tidak ada kendala yang dihadapi konsumen dalam memenuhi keinginannya.

c. Indikator Etika Bisnis Islam

1) Tauhid

Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal didalam agama islam, hal ini bahwa sumber utama etika bisnis islam adalah keimanan kepada Allah SWT. Lalu saya bertanya kepada owner Fadly Yashari Soumena tentang waktu shalat tiba apakah toko di tutup, dia mengatakan:

“Tidak di tutup sementara, tapi masing-masing karyawan bergantian menunaikan shalat sembari menggu giliran ada

yang menjaga toko, kasir dan bantu-bantu menyetok produk jadi disesuaikan saja.”

Hal ini disesuaikan dengan karyawan apabila shalat tiba karyawan yang satu shalat dan yang lainnya tetapi melayani konsumen, diambil menunggu giliran waktu shalat.

2) Keadilan

Konsep keadilan menggambarkan dimensi horizontal di dalam ajaran islam dan berkaitan erat dengan harmoni tentang segala sesuatu yang ada di alam semesta ini. Fadly Yashari Soumena menjawab pertanyaan tentang keadilan kepada konsumen:

“Penjual memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada semua pelanggan tanpa membedakan suku, agama, atau ras. Semua pelanggan diperlakukan dengan hormat dan layanan yang sama. Penjual menetapkan harga yang adil dan wajar untuk barang yang ditawarkannya. Tidak boleh ada penipuan atau penyelewengan harga untuk mendapatkan keuntungan yang berlebihan .”

Konsep keadilan yang berlaku di toko Heijab Sore yaitu tidak membedakan antara pelayanan konsumen yang satu dengan yang lainnya atau disama ratakan, yang dimana keadilan tersebut merupakan bentuk konsep yang diterapkan pada Toko Heijab Store Makassar.

3) Amanah

Konsep amanah adalah suatu sifat dan sikap yang dimiliki seseorang ketika seseorang mendapatkan kepercayaan dalam melaksanakan tugasnya. Saya bertanya kepada konsumen Risliah, Melisa dan Khaerunnisa tentang apakah karyawan yang melayani anda sudah baik dan tepat, lalu konsumen menjawab:

“Ramah semua karyawannya baru saya datang sudah di sambutmi dengan senyuman, dan setelah berbelanja karyawannya bilang terima kasih.”

“Iya, karyawan yang bekerja di toko hejab store makassar ini sudah melayani dengan sangat baik dan juga memberikan informasi yang e sangat berguna bagi costumer.”

“Karyawan yang melayani sudah dengan baik karena komunikatif kepada costumer apabila ada yang ingin ditanyakan oleh costumer, langsung dijawab oleh karyawan”

Dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah baik dan tepat dalam menawarkan produk.

4) Jujur

Konsep kejujuran merupakan sikap atau perilaku setiap individu berdasarkan fakta dan kondisi yang sebenarnya. Nur Hamdana dan Sitti Amina menggapi konsep kejujuran yaitu:

“Sifat kejujuran kepada konsumen e tentu kak tentu itu sudah ada dan itu sudah sangat jujur kepada konsumen menerapkannya sangatsangat jujur sesuai dengan kualitas produk kami dan sesuai SOP yang ada di toko kami.”

“Iya, kami karyawan Toko hejab selalu jujur ketika ada barang yang robek atau bernoda kami pasti memberitahu kepada konsumen kaLau barangnya defect.”

Dapat disimpulkan bahwa kejujuran sangat lah jujur sehingga karyawan dapat menerapkan sifat kejujuran kepada konsumen, apabila ada cacat pada barang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan kesopanan, dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Penelitian ini menyoroti pentingnya kejujuran dan transparansi dalam berinteraksi

dengan konsumen, serta perlunya menghindari praktik-praktik yang tidak adil atau merugikan konsumen.

Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam dapat meningkatkan kualitas pelayanan konsumen dan membangun hubungan yang lebih baik antara perusahaan dan konsumen. Dengan memperlakukan konsumen dengan hormat, menghargai kebutuhan dan keinginan mereka, serta memberikan pelayanan yang bermutu, perusahaan dapat memperoleh kepercayaan dan loyalitas konsumen yang lebih tinggi.

C. Analisis Dan Interpretasi (Pembahasan)

1. Pemahaman Etika Bisnis Islam Pada Toko Heijab Store Makassar

Dalam etika bisnis Islam, literatur dan sumber utamanya adalah Al-Qur'an dan sunah rasul. Praktisi bisnis diharapkan mengikuti standar etis dalam semua aktivitasnya. Menurut A. Kadir, setiap upaya bisnis yang dilakukan oleh seorang Muslim dapat dianggap sebagai ibadah yang berpahala, ditujukan semata untuk mencari keridhaan Allah. Prinsip fikih menyatakan bahwa semua urusan tergantung pada tujuannya. Salah satu nilai moral yang penting dalam bisnis Islam adalah kejujuran, yang dianggap sebagai kunci kesuksesan bisnis di masa depan. Fauroni menjelaskan bahwa etika bisnis Islam mencakup nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis, yang didasarkan pada Al-Qur'an dan hadis, dengan fokus pada enam prinsip utama: kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.

Bisnis dalam Islam atau bisnis syariah adalah praktik bisnis yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan hadis, dengan tujuan utama mencari keridhaan Allah. Dalam konteks ini, etika bisnis dalam Islam mencakup perilaku bisnis yang etis, yang didefinisikan oleh nilai-nilai syariah yang menekankan konsep halal dan haram. Dengan kata lain, perilaku etis dalam bisnis Islam adalah perilaku yang mematuhi perintah Allah dan menghindari larangannya. Selain itu, dalam paradigma Islam tentang etika bisnis, landasan filosofis yang penting adalah konsepsi hubungan manusia dengan manusia serta lingkungannya, dan hubungan manusia dengan Tuhannya, yang dikenal sebagai hubungan vertikal dan horizontal. Setiap Muslim yang terlibat dalam bisnis atau aktivitas lainnya diharapkan untuk merasakan kehadiran Allah dalam setiap aspek kehidupannya. Keyakinan ini merupakan bagian penting dari identitas seorang Muslim dalam berbisnis, karena bisnis dalam Islam tidak hanya berkaitan dengan tujuan duniawi tetapi juga memiliki visi akhirat yang jelas.

Indikator etika bisnis didasarkan pada kepatuhan terhadap hukum. Seorang pengusaha dianggap telah menerapkan etika bisnis jika ia mematuhi semua norma hukum yang relevan dalam menjalankan bisnisnya.

2. Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Toko Hejab Store Makassar

Menurut Imam Syafi'i, prinsip dasar dari perilaku bisnis yang sah adalah kebebasan yang menjamin hak seseorang untuk mengelola dan mentransaksikan harta miliknya. Keadilan dan kesetaraan, yang

mewajibkan pengakuan terhadap hak-hak individu lainnya, merupakan prinsip penting dalam bisnis Islam.

Islam menekankan pentingnya nilai dan aturan dalam bisnis yang sesuai dengan perkembangan zaman serta dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan saat ini. Etika bisnis ini ditetapkan sebagai nilai dasar atau pedoman untuk memastikan adanya keadilan, kejujuran, dan etika dalam berbisnis. Islam dianggap sebagai kode perilaku etika dan moral bagi manusia. Untuk mengukur penerapan etika bisnis Islam, dapat digunakan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam berikut ini:

1) Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan, seperti tercermin dalam konsep tauhid, mengintegrasikan semua aktivitas manusia, termasuk dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial, menjadi satu kesatuan yang seragam, serta mengutamakan konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Tauhid mengakui manusia sebagai makhluk ilahiyah, yang memiliki hubungan dengan Tuhan. Oleh karena itu, kegiatan bisnis manusia tidak dapat dilepaskan dari pengawasan Allah SWT.

2) Prinsip Keadilan

Ajaran Islam mengarah pada pembentukan karakter manusia yang menunjukkan sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam hubungannya dengan dirinya sendiri, sesama manusia, dan lingkungan.

3) Prinsip Kejujuran

Ajaran Islam mendorong nilai kejujuran. Dalam konteks etika bisnis, ini mengimplikasikan perlunya sikap dan perilaku yang benar

dalam setiap tahap bisnis, mulai dari prosesnya hingga hasil keuntungan yang diperoleh.

4) Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan mengacu pada hak penuh individu dan kolektif untuk terlibat dalam aktivitas bisnis. Dalam ranah ekonomi, manusia memiliki kebebasan untuk menerapkan prinsip-prinsip Islam. Karena masalah ekonomi termasuk dalam aspek muamalah dan bukan ibadah, maka prinsip umum yang berlaku adalah "semua diperbolehkan kecuali yang dilarang".

5) Prinsip Tanggung Jawab

Etika Bisnis dalam Tanggung Jawab bermakna bahwa pelaku bisnis memiliki tanggung jawab moral kepada Allah terhadap tindakan bisnisnya. Harga sebagai komoditas dalam bisnis Islam merupakan amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan di hadapan-Nya. Tanggung jawab ini merupakan prinsip dinamis yang terkait dengan perilaku manusia.

3. Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Toko Heijab Store Makassar

Kualitas layanan adalah evaluasi terhadap sejauh mana tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas produk mencakup kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsinya, termasuk kehandalan, ketahanan, ketepatan, kemudahan penggunaan, dan perbaikan produk, serta atribut lain yang bernilai.

Kepuasan konsumen merujuk pada keadaan di mana konsumen merasa puas atau belum puas setelah memperoleh menu, harga,

fasilitas, dan layanan. Kepuasan tercapai ketika keinginan dan harapan terpenuhi, sementara ketidakpuasan terjadi ketika keinginan dan harapan belum terpenuhi. Adapun bauran implementasi kepuasan konsumen dilihat dari segi:

1) Produk

Produk adalah elemen pertama dalam bauran pemasaran yang seharusnya menjadi perhatian utama para pelaku bisnis. Seorang pengusaha Muslim perlu memiliki kemampuan untuk memahami kondisi pasar dan menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar tersebut.

2) Harga

Bentuk penentuan harga yang dilarang dalam islam antara lain menentukan harga yang berlebihan, diskriminasi penentuan harga yang berakibat pada ketidakadilan dan penipuan dalam menentukan harga.

3) Promosi

Pada dasarnya, promosi dalam pemasaran syariah harus beretika dan terbuka. Kebenaran dalam setiap informasi tentang produk yang dipasarkan adalah inti dari promosi pemasaran syariah

4) Proses

Process bagian dari marketing mix yang penting, elemen proses meliputi prosedur, mekanisme, alur kegiatan dalam pelayanan. Proses juga menunjukkan bagaimana produk atau jasa disajikan sampai pada pengguna akhir.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan kesopanan, dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Penelitian ini menyoroti pentingnya kejujuran dan transparansi dalam berinteraksi dengan konsumen, kualitas pelayanan konsumen bisa beragam tergantung pada fokus dan metode penelitian yang digunakan. Beberapa penelitian mungkin menemukan bahwa kecepatan layanan adalah faktor kunci, sementara yang lain menyoroti pentingnya kesopanan dan keramahan staf. Kesimpulan umum sering menunjukkan bahwa pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat berkontribusi pada loyalitas pelanggan dan keberhasilan bisnis.

Adapun yang membedakan antara penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Diah Novia Ningrum (2023) dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni saya sendiri, yang dimana penelitian terdahulu sudah menjelaskan prinsip-prinsip etika bisnis islam sedangkan yang sekarang sudah menjelaskan prinsip-prinsip etika bisnis islam serta kualitas pelayanan kepada konsumen yang diberikan melalui beberapa aspek yaitu kualitas produk, harga, promosi dan proses yang dimiliki toko Hejib Store Makassar.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Toko Heijab Store Makassar Kesimpulannya sebagai berikut:

1. Etika bisnis Islam mencerminkan nilai-nilai Al-Qur'an dan ajaran Rasulullah SAW, memberikan pedoman bagi praktik bisnis sesuai syariah. Ini mencakup prinsip-prinsip moral yang diturunkan dari Al-Qur'an dan hadis, yang harus diikuti oleh semua pelaku bisnis. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu, prinsip tahid, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip bertanggungjawab, dan prinsip kejujuran. Menurut indikator hukum, seseorang dianggap telah mematuhi etika bisnis Islam jika mereka mematuhi norma hukum yang berlaku dalam bisnis mereka.
2. Meningkatkan kualitas layanan dalam bisnis tidak terjadi dalam satu proses saja, melainkan memerlukan waktu yang berkelanjutan untuk merumuskan strategi yang memastikan kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen merujuk pada keadaan di mana konsumen merasa puas atau belum puas setelah memperoleh menu, harga, fasilitas, dan layanan. Kepuasan tercapai ketika keinginan dan harapan terpenuhi, sementara ketidakpuasan terjadi ketika keinginan dan harapan belum terpenuhi.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Kepada Toko Heijab store Makassar untuk terus meningkatkan etika bisnis Islam dalam aktivitas perdagangannya, dengan tujuan bukan hanya mencari keuntungan semata, melainkan juga mendapatkan ridha Allah SWT.
2. Selanjutnya Toko Heijab agar selalu meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk yang dimiliki, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
3. Kepada konsumen, diharapkan menyimpan struk pembelian anda sebagai bukti pembelian. Jika ada masalah dengan produk yang anda beli, struk akan membantu dalam proses penukaran.
4. Harapannya, penelitian ini dapat menjadi acuan referensi untuk penelitian yang lebih lanjut, serta memperkuat penggunaan etika bisnis Islam sebagai landasan dalam menjalankan perdagangan di segala waktu dan tempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Athar, G. A. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara. *Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 9(1), 124-134.
- Butarbutar, B. (2019). Peranan Etika Bisnis dalam Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 187–195.
- Elitear, F. M. J., & Koto, A. T. E. Penelitian Lapangan (Field Research).
- Erly, J. (2016). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, 7(1), 66-68.
- Ghafur, A. (2018). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1).
- Hamzah, H. M. (2013). *Etika Bisnis Islam*. Makassar : PT. Umitoha Ukhuwa Grafika.
- Hidayah, N. (2019). Implementasi etika pemasaran Islam dalam meningkatkan penjualan (Studi kasus Toko Hijab Nafasa Kartini Kota Pekalongan) (Doctoral dissertation, IAIN Pekalongan).
- Jainuddin, J., Fitriadi, F., & Wahyuni, S. (2022). Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Ijabah Kota Samarinda dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman (JESM)*, 1(2), 151–160.
- Kasanah, D. U. (2021, December). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam Di Miulan Boutique Ceper Klaten. In *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS* (Vol. 4, No. 1, pp. 550-557).
- Kurniati, K. (2017). Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(1), 45-52.
- Kurniawati, S. (2023). Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Di Toko AM Collection Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Doctoral dissertation, IAIN Metro)
- Muliati, T., Nurmatias, F., & Azmi, K. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House Di Kota Dumai. *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 1-15.
- Mulyawisdawati, R. A. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Warna Yogyakarta. *Ijtihad: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 13(2), 147–167.
- Musyrihin, Z. (2020). Implementasi sifat-sifat Rasulullah dalam konseling behavioral. *Al Irsyad: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 11(2), 151-160.
- Ningrum, D. N., & Hadi, S. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konveksi Rizma Collection). *JEBISKU: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(1).

- Norhayati, N., Arizal, N., & Soviyanti, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Btn Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru. *Jamalk: Jurnal Manajemen Lancang Kuning*, 1(1), 1-6.
- Rohali, R. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Toko Pakaian Cv Fajar Baru Di Kelurahan Balangnipakecamatan Sinjai Utara (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Ahmad Dahlan).
- Rozhania, Z. N., Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 129–140.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi penelitian.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., Utomo, E. S., Maghfur, I., & Sofiyana, M. S. (2022a). *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press.
- Setiadi, K. P., & Manafe, L. A. (2021). Penerapan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada PT Etos Suryanusa. *Kalianda Halok Gagas*, 4(1), 22–33.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126.
- Siregar, F. R., & Imsar, I. (2022). Implementasi Marketing Mix dalam Meningkatkan Konsumen pada Cafe Hidden Tea (Perspektif Etika Bisnis Islam). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 16363-16370.
- Suci, J. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Toko Kitty Hijab Bandar Lampung Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Suharyono, S. (2018). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2).
- Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss*.
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96-113.
- Syahrizal, A. (2018). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 8(2), 101–116.
- Syarifah Al-Hababa, M. (2023). Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Tempe Barokah Desa Jambearum Kecamatan Puger Kabupaten Jember Tahun 2022 (Doctoral dissertation, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).
- Ulanursan, U., Arifin, R., & Andriko, A. (2023). *Penerapan etika bisnis islam dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada badan usaha klinik Islami* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup).

- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141-154.
- Wardani, Y. M., & Ridlwan, A. A. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*.
- Zamzam, H. F., & Aravik, H. (2020). Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan. Deepublish.
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 923–926.





LAMPIRAN 1

PERTANYAAN WAWANCARA PENELITIAN

Owner

1. Bagaimana etika bisnis islam yang diterapkan di toko Heijab Store Makassar?
2. Bagaimana mekanisme kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen?
3. Bagaimana strategi penerapan harga yang diterapkan di toko Heijab Store Makassar?
4. Apakah pada saat waktu shalat tiba, toko Heijab di tutup sementara?
5. Bagaimana konsep keadilan dalam berbisnis, apakah dalam proses pelayanannya tidak membedakan konsumen?
6. Apakah informasi terkait pembelian barang sudah diberikan kepada konsumen melalui via online dan offline store?
7. Bagaimana sistem pembayaran yang dilakukan konsumen saat transaksi di toko Heijab Store Makassar?
8. Bagaimana tanggapan anda jika ada konsumen komplain masalah kualitas produk yang sudah dibeli?

Karyawan

1. Bagaimana sistem pelayanan konsumen, apakah sudah sesuai dengan etika bisnis islam?
2. Bagaimana mekanisme kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen?

3. Bagaimana mekanisme etika bisnis islam dalam melayani konsumen dalam menawarkan produk yang berkualitas?
4. Apakah dalam proses melayani konsumen, sudah ada penerapan sifat kejujuran kepada konsumen?
5. Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam melayani konsumen pada toko Heijab Store Makassar?
6. Bagaimana tanggapan anda jika ada customer yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan di toko Heijab Store Makassar?

Konsumen

1. Apakah pelayanan yang diberikan kepada anda sudah sesuai dengan etika bisnis islam?
2. Bagaimana anda melihat peran dan tanggungjawab pada toko Heijab Store Makassar dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam dalam pelayanan konsumen?
3. Bagaimana anda melihat edukasi atau informasi yang terkait penerapan etika bisnis islam dalam memilih toko Heijab Store Makassar untuk berbelanja?
4. Apakah karyawan yang bekerja di toko Heijab Store Makassar sudah melayani anda dengan tepat dan baik?
5. Apakah harga yang ditawarkan di toko Heijab Store Makassar sudah sesuai dengan kualitas barangnya?
6. Apakah anda puas berbelanja di toko Heijab Store Makassar?
7. Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam membeli barang di toko Heijab Store Makassar?

LAMPIRAN 2

SURAT PENELITIAN



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
 Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
 Makassar 90231

Nomor	: 4165/S.01/PTSP/2024	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Owner Toko Hejib
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>	

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 3705/05/C.4-VIII-II/ 1445/2024 tanggal 22 Februari 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: NURHAFRIYANTI HAFID
Nomor Pokok	: 105741101020
Program Studi	: Ekonomi Islam
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Sit Alauddin, No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KONSUMEN PADA TOKO HEJIB STORE MAKASSAR "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **26 Februari s/d 26 April 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 22 Februari 2024

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
 Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
 Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth

1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. *Pertinggal.*

LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI OWNER TOKO HEIJAB



LAMPIRAN 4

DOKUMENTASI KARYAWAN TOKO HEIJAB



LAMPIRAN 5

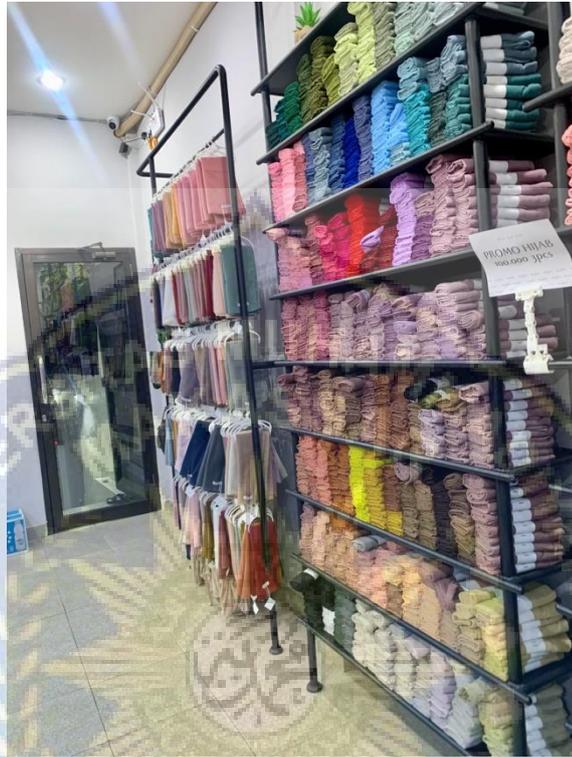
DOKUMENTASI KONSUMEN TOKO HEIJAB





LAMPIRAN 6

DOKUMENTASI PRODUK TOKO HEIJAB



LAMPIRAN 7

CODING WAWANCARA

1. *Coding Indikator*

- I : Berkomunikasi dengan pendengar
- I-A : Mempertimbangkan Keinginan Pendengar
- II : Mempromosikan kanal di sosial media
- II-A : Mengajak pendengar untuk berkontribusi langsung

2. *Coding Key Informan*

- FYS : Fadly Yashari Soumena, S.E.,M.Si
- NH : Nur Hamdana
- SA : Siti Amanah
- RA : Rizky Amelia
- R : Rislah
- FK : Fatmawati Kahar, S.Kom
- HM : Hasra Majid, S.Pd
- M : Melisa
- K : Khaerunnisa
- A : Amriani
- DM : Darmiati Mustakim
- AN : Aisyah Nursyafariah
- NA : Nur Annisatul
- FA : Faliha Athaya

Wawancara Key Informan 1

Nama : Fadly Yashari Soumena, S.E.,M.Si

Kode : FYS

Jabatan : Owner

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> Etika bisnis islam yang diterapkan dalam Toko hejib itu ada beberapa aspek terkait etika bisnis islam, dari awal sudah dibangun konsep etika bisnis islam seperti, syirkah (penggabungan permodalan) gabungan modal saya dan istri yang diputar. Aspek kedua implementasi penetapan harga yang dimana biaya-biaya ditambah lagi dalam imam Al-Ghazali yaitu resiko dan keamanan produksi. Aspek ketiga yaitu aspek pelayanan yang dimana salah satu aspek etika bisnis islam terdapat dalam rancang bangun ekonomi islam puncak paling atasnya itu akhlak, jadi pelayanan kita itu kepada konsumen feedback yang baik dari offline dan online store. Menghadapi ciri khas konsumen tertentu harus mengedepankan aspek pelayanan tertentu. Aspek pelayanan melalui pendekatan akhlak. Aspek keempat yaitu penerapan etika bisnis islamnya adalah patuh kepada aturan karena salah satu dalil bahwa <i>"waatiul allah awaatihu rasul waulil amr"</i> dalam membuka sebuah bisnis perlu adanya aturan, sehingga di Toko 	3	FYS/I/1/3

	<p>hejab ini sudah awal patuh kepada aturan misalnya kami sudah mengurus NIB (Nomor Induk Bisnis), kemudian dinas koperasi dan UMKM Kota makassar sudah terdaftar sebagai UMKM binaan, kami juga sudah ada hak merek yaitu HEIJAB yang sudah terdaftar.</p>		
I	<ul style="list-style-type: none"> • Kalau dari kualitas pelayanannya itu ada dua aspek nanti kita mengedepankan aspek tersebut. Adapun aspek yang dimaksud yaitu transaksi kalau dari aspek pelayanannya kami memberi kemudahan konsumen untuk transaksi, makanya di toko itu ada beberapa transaksi yang bisa dilakukan seperti transaksi nontunai dan tunai semuanya kami punya. Nah dari aspek sini juga kita bisa memberikan pelayanan ketentuan ada ketentuan yang harus diikuti konsumen agar mendapat pelayanan maksimal. Kami memberikan ketentuan tersendiri agar konsumen maksimal dalam pemilihan produknya. Selanjutnya aspek produk yang dimana kita menyediakan produk yang berkualitas dan kuantitasnya cukup salah satunya yaitu kami menyediakan berbagai varian warna hijab dan plan hijab warna hampir mencapai 200 warna itu dari aspek kualitas. Sedangkan dari aspek kuantitas kita masih lebih banyak lagi warna hijabnya untuk persediaan produk. Kemudian dari aspek tadi kita juga memiliki kualiti control yang dimana 	22	FYS/II/1/22

	<p>barang yang sudah diproduksi kita periksa dua kali lagi dibagian aspek produksi jilbabnya. Ketika sudah sampai kepada kami, kami menyuruh lagi kepada karyawan untuk diperiksa ulang. Ada double cek pada kualiti control untuk mendapatkan aspek yang lebih maksimal.</p>		
I	<ul style="list-style-type: none"> • Kalau penerapan harganya tentu dipengaruhi dari bahan baku kan bahan dasar kami yaitu kain, tetapi selama berdirinya Toko heijab ini penetapan harga tetap sama walaupun ada kenaikan/penurunan harga kain, tetapi harga di toko Heijab berbeda antara offline store dan online store. Penetapan harga kami sebenarnya ada beberapa produk berbeda antara offline dan online store, tetapi ketika di cek harganya di offline sudah ada tertera dilabel tetapi kalau online beda yang membedakan online store ada biaya admin yang harus kita sesuaikan. Itu bukan karena faktor bahan baku. 	41	FYS/I/1/41
I	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak di tutup sementara, tapi masing-masing karyawan bergantian menunaikan shalat sembari menggu giliran ada yang menjaga toko, kasir dan bantu-bantu menyetok produk jadi disesuaikan saja. 	51	FYS/I/1/51
I	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep keadilan bisnis islam itu tidak harus mendapatkan hal yang sama jadi kita sesuaikan dengan kebutuhan masing-masing konsumen, kalau misalnya 	57	FYS/I/1/57

	<p>online konsep keadilannya disesuaikan dengan konsep jual belinya yang baranya tidak bisa dipegang hanya bisa melihat katalog instagram atau shopee. Ditoko kami sudah ada ketentuan aspek baik online ataupun offline store, produk yang diambil sudah sesuai warna, ukuran dan jenisnya. Ketika barang ada cacatnya bisa kita toleran untuk penukaran barangnya. Kami juga sebagai penjual harus berhati-hati untuk meminimalis kejadian terjadi salah satu yang kami rekomendasikan sebelum transaksi yaitu adalah jilbabnya bisa dicoba dulu dan membimbing konsumen agar memeriksa barang terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi.</p>		
I	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk informasi pembelian barangnya sudah kami sesuaikan dengan offline store, kalau melalui online kami biasa broadcast informasi terkait pembelian open order, produk baru melalui story instagram atau whatsapp. Tapi kalau online itu melalui instagram karena itu merupakan akun pertama toko Hejib. 	70	FYS//1/70
I	<ul style="list-style-type: none"> • Tunai dan nontunai, nontunai seperti qris, transfer. 	77	FYS//1/77
I	<ul style="list-style-type: none"> • Selalu di whatsapp kami itu ada pesan otomatis, tetapi ketika ada kelalaian dari kami intropeksi diri dan berterima kasih atas masukan semoga bisa menjadi inovasi kedepannya. Biasa ada konsumen yang komplek masalah produk seperti 	98	FYS//1/98

	<p>bahannya terlalu tipis, tetapi kita meminimalis itu terjadi karena setiap produk yang kami hasilkan ada review bahan, review warna dan review modelnya, karena setiap konsumen berbeda-beda apa yang dia pilih melalui kualitas yang dia inginkan. Secara umum kami menerima masukan dan kritikan terkait kualitas produk yang di miliki.</p>		
--	--	--	--

Wawancara *Key Informan 2*

Nama : Nur Hamdana

Kode : NH

Jabatan : Karyawan

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> Sejauh ini menurut saya, sudah sesuai dengan etika bisnis islam. 	4	NH/I/2/4
I	<ul style="list-style-type: none"> Mekanisme kualitas pelayanan yang diberikan konsumen dengan itu kita langsung memberikan arahan dan keluhan apa yang dirasakan konsumen. Dan secara langsung kita menanganinya dengan baik, agar konsumen merasa nyaman dengan kinerja kami. 	7	NH/I/2/7
I	<ul style="list-style-type: none"> Menawarkan barang-barang berkualitas, ada dua cara yaitu kita melalui sosial media dan kita melalui toko offline store e menawarkan produk melalui media sosial itu kak dengan cara mengupload mempromosikannya bagaimana kita mempromosikannya melalui sosial media, 	13	NH/I/2/13

	<p>live instagram, live shopee, live tiktok. Kan sekarang sudah canggih yah kak, jadi sosial media itu sudah sangat gampang dan dapat dijangkau dimana pun orang-orangnya dan daerah mana pun dapat menjangkaunya. Jika mempertanyakan kualitas produk kita yaitu, dengan melalui media sosial dengan melihat testi-testi kami, beberapa konsumen yang telah memiliki produk kami. Jikapun dengan orang-orangnya yang ingin melihat secara langsung kualitas produk kami dia dapat melihatnya ke toko kami offline store.</p>		
I	<ul style="list-style-type: none"> • Sifat kejujuran kepada konsumen e tentu kak tentu itu sudah ada dan itu sudah sangat jujur kepada konsumen menerapkannya sangatsangat jujur sesuai dengan kualitas produk kami dan sesuai SOP yang ada di toko kami. 	26	NH/1/2/26
I	<ul style="list-style-type: none"> • Jika kendala yang dipertanyakan, saya pikir banyak kendala yang kami dapat, tetapi salah satunya itu kak menghadapi costumer yang kita sudah menerangkan dengan baik dan kita sudah menerangkan dan meresponnya dengan baik, tetapi tetap dia yang emosi padahal kita ini sudah menerangkan dan menanyanya sesuai dengan produk dan SOP yang ada di toko kami, tetapi costumer yang merasa dirinya benar. Yah dimana mana kan namanya juga e pembeli adalah ratu pembeli adalah raja terkadang kita ini orang-orang yang seperti itu kita ini yang 	31	NH/1/2/31

	seperti memprajakan diri kita padahal kita itu ada hak dan wewenangnya toko untuk bisa kita ikuti.		
I	<ul style="list-style-type: none"> Tanggapan kami yaitu menerimanya, mengumpulkan segala e segala kritik-kritik costumer, lalu kita memperbaikinya lagi hingga menjadi produk yang berkualitas di Makassar, terutama di Kota Makassar ini. 	44	NH/I/2/44

Wawancara Key Informan 3

Nama : Sitti Amina

Kode : SA

Jabatan : Karyawan

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> Iya sudah sesuai karena kami karyawan Hejab menerapkan prinsip keramahaman dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan atau konsumen, contohnya kami menerapkan 3S (salam, senyum, dan sapa) dan kami juga selalu jujur contohnya kalau ada barang yang cacat kami selalu memberi tahu konsumen sebelum membeli. 	4	SA/I/3/4
I	<ul style="list-style-type: none"> memberikan pelayanan yang terbaik, merespon dengan cepat jika pembeli bertanya, menawarkan promo, dan bersikap ramah kepada pembeli. 	11	SA/I/3/11
I	<ul style="list-style-type: none"> Sudah sesuai karena kami menawarkan produk dengan baik dan menjelaskan secara detail bahan yang digunakan. 	15	SA/I/3/15

I	<ul style="list-style-type: none"> Iya, kami karyawan Toko hejab selalu jujur ketika ada barang yang robek atau bernoda kami pasti memberitahu kepada konsumen kalau barangnya defect. 	19	SA/I/3/19
I	<ul style="list-style-type: none"> Pembeli minta tukar barangnya tapi tidak bisa di tukar karena sudah ketentuan di toko, terus pembelinya marah-marah dan minta uang kembali. 	24	SA/I/3/24
I	<ul style="list-style-type: none"> Tanggapan saya sebagai karyawan Toko hejab saya harus meminta maaf dan menerima keluhan dengan baik. 	29	SA/I/3/29

Wawancara Key Informan 4

Nama : Rizky Amelia

Kode : RA

Jabatan : Karyawan

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> Iya sudah sesuai karena kami pegawai Hejab menerapkan prinsip keramahtamahan dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan atau konsumen contohnya kami menerapkan 3S (Salam, senyum, dan sapa). 	3	RA/I/4/3
I	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan pelayanan yang terbaik, merespon dengan cepat jika pembeli bertanya, menawarkan promo dan bersikap ramah kepada pembeli. 	9	RA/I/4/9
I	<ul style="list-style-type: none"> Kami menawarkan produk dengan baik dan menjelaskan secara detail bahan yang digunakan. 	13	RA/I/4/13
I	<ul style="list-style-type: none"> Iya kami pegawai Hejab selalu jujur ketika 	17	RA/I/4/17

	ada barang yang robek atau bernoda kami pasti memberitahu kepada pembeli kalau barangnya defect.		
I	<ul style="list-style-type: none"> • Costumer yang meminta untuk menukar barang, padahal sudah ada ketentuan dari toko kami kalau barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan dan harus betul betul dicek sebelum melakukan transaksi. 	21	RA/I/4/21
I	<ul style="list-style-type: none"> • Meminta maaf terlebih dahulu dengan ketidaknyamanan costumer dan menerima kelurahan dengan baik. 	27	RA/I/4/27

Wawancara Key Informan 5

Nama : Rislah

Kode : R

Jabatan : Konsumen

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang menunjukkan adanya sifat kejujuran dalam pemberian harga produk juga disertai kebebasan konsumen dalam memilih produk yang dijual. 	3	R/I/5/3
I	<ul style="list-style-type: none"> • Peran karyawan cukup baikji yang diberikan kepada saya, saya warna jilbab dicarikan dan perlihatkan barangnya. Kalau soal tanggungjawab mungkin sudah urusan masing-masing setiap karyawan karena berbeda karakter setiap yang melayani. 	9	R/I/5/9

I	<ul style="list-style-type: none"> Cukup update terkait dunia fashion, makanya saya tertarik berbelanja di toko ini, jadi biar tidak ke toko mki secara langsung sudah bisa membeli via online. 	15	R/I/5/15
I	<ul style="list-style-type: none"> Ramah semua karyawannya baru saya datang sudah di sambutmi dengan senyuman, dan setelah berbelanja karyawannya bilang terima kasih. 	20	R/I/5/20
I	<ul style="list-style-type: none"> Hahahah malah saya kaget dengan pemberian harga yang berikan, karena biasanya harga pasaran secara umum tidak seharga itu. Belum lagi kualitasnya mantap tawwa. 	24	R/I/5/24
I	<ul style="list-style-type: none"> Cukup puas, sesuai dengan kantong mahasiswa. Harga pas kualitas terjamin dan barang-barangnya premium. Yang paling saya suka itu pada saat ada flash sale setiap bulannya. 	28	R/I/5/28
I	<ul style="list-style-type: none"> Mungkin lebih kesaran saja, sebaiknya toko diperbesar dan parkiran di perluas karena saya melihat cukup ramai pengunjung yang datang, karena memang tawwa bagus-bagus barangnya. 	35	R/I/5/35

Wawancara Key Informan 6

Nama : Fatmawati Kahar, S.Kom

Kode : FK

Jabatan : Konsumen

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang diberikan dalam setiap interaksi yang diberikan dari petugas toko atau karyawan sebagai konsumen itu, saya sangat diperlakukan dengan sopan dan hormat tanpa memandang latarbelakang yang saya miliki. Kemudian e sangat transparan mengenai informasi tentang produk yang dimana pelayanan yang di berikan sangat benar-benar menyampaikan dengan jelas dan jujur tentang seperti apa kualitas yang dimiliki, harga dan lainnya. Kemudian e saya juga melihat bahwa pelayanan yang saya dapatkan itu dalam setiap transisinya sangat jujur, sehingga dapat menghindari praktikum penipuan atau manipulasi, jadi apa yang tertera di pada harga di plastiknya itu juga kiranya yang saya bayar ketika melakukan transaksi dikasir. 	3	FK/I/6/3

I	<ul style="list-style-type: none">• Produk yang mereka jual sudah sesuai dari segi kualitas dan kuantitasnya itu sudah sesuai prinsip-prinsip syariah. Hal ini juga salah satunya yang perlu diperhatikan mengenai isu kehalalan bahwa meskipun yang dijual disini bukan serta merta adalah produk makanan atau minuman yang dapat dikonsumsi keadaan tubuh, tetapi menurut saya penting juga bagi setiap toko itu memberikan reassurans bahwa apa yang mereka jual apa yang mereka tawarkan kepada konsumen itu sudah sesuai syariah islam dan memberikan jaminana bahwa apa yang mereka berikan kepada konsumen sudah halal, Kemudian hmm saya juga melihat bahwa toko Heijab Store melakukan kepatuhan terhadap aturan dalam islam dimana memastikan bahwa semua transaksi bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip islam. Dimana termasuk pembayaran bagaimana mereka memproses pesanan dan pengiriman dan lain-lain. Dan juga memberikan keyakinan kepada kami sebagai seorang konsumen	16	FK/I/6/16
---	--	----	-----------

	<p>bahwa ee kegiatan bisnis yang dilakukan toko Heijab Store itu sudah jujur, sehingga tidak ada praktik-praktik seperti riba dan penipuan.</p>		
I	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki kesesuaian nilai prinsip-prinsip etika bisnis islam seperti prinsip kejujuran, keadilan, transparansi dan lain-lainnya. Sehingga saya pun sebagai konsumen lebih nyaman berbelanja di toko Heijab Store, memberikan saya informasi dan edukasi tentang standar kualitas produk yang mereka tawarkan kepada konsumen. 	33	FK/I/6/33
I	<ul style="list-style-type: none"> Tentunya sudah melayani saya dengan tepat baik berdasarkan dari pengalaman pribadi saya saat berinteraksi dengan dengan karyawan toko Heijab Store Makassar. Jadi saya merasa pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan saya, sehingga saya harap dan yakin inilah yang dapat membantu toko Heijab Store tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan mereka. 	40	FK/I/6/40
I	<ul style="list-style-type: none"> Harga yang ditawarkan di toko Heijab Store Makassar sejauh ini sudah sesuai kualitas barang yang diberikan. Saya telah 	48	FK/I/6/48

	membeli beberapa produk di toko tersebut sebanding dengan harga dan kualitas yang ada.		
I	<ul style="list-style-type: none"> Sangat puas berbelanja di toko Heijab Store dari segi produk yang mereka miliki sangat berkualitas tinggi sesuai dengan referensi saya. Selain itu karyawan toko selalu memberikan pelayanan yang baik dan ramah, membantu saya apa yang saya butuhkan selama berinteraksi di toko Heijab Store. Kemudian kemudahan dalam proses transaksi. 	52	FK/I/6/53
I	<ul style="list-style-type: none"> Selama ini saya sendiri belum merasakan mengalami kendala yang signifikan di toko Heijab Store, namun pernah ada kendala kecil yang pernah saya hadapi termasuk stok barang yang saya inginkan terbatas atau model/motif yang saya inginkan tidak ready stock atau warna. Saya juga merasa bahwa produknya memang memiliki harga yang cukup tinggi daripada ekspektasi saya. 	63	FK/I/6/64

Wawancara Key Informan 7

Nama : Hasra Majid, S.Pd

Kode : HM

Jabatan : Konsumen

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> Pelayanan yang diberikan pada toko sudah sesuai dengan prinsip islam salah satunya yaitu prinsip dalam etika islam seperti kehendak bebas dan juga memiliki responsibility. 	3	HM/I/7/3
I	<ul style="list-style-type: none"> Sudah sangat baik terbukti dengan adanya respon dari beberapa karyawan yang sangat setiap melayani konsumen dan juga memiliki kejujuran yang dimana merupakan salah satu nilai dalam etika bisnis islam. 	9	HM/I/7/9
I	<ul style="list-style-type: none"> Untuk informasi dan edukasi yang diberikan pada toko itu masih kurang, informasi yang sampai kepada konsumen hanya sampai batas mulut ke mulut sedangkan untuk publikasinya melalui media sosial belum begitu bisa merata terbukti dari beberapa teman saya yang masih belum mendapatkan informasi terkait e penjual berbagai macam produk 	14	HM/I/7/14

	muslim di toko tersebut.		
I	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat baik dan mungkin kedepannya bisa lebih ditingkatkan agar tercipta kenyamanan untuk para konsumen yang datang. 	21	HM/I/7/21
I	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang diterapkan di Toko hejab store makassar, menurut saya sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan namun kita kembali lagi kepda selera konsumen. 	25	HM/I/7/25
I	<ul style="list-style-type: none"> • Jika ditanya puas atau tidaknya saya belum merasa puas karena saya belum pernah mendapatkan promo atau diskon besar-besaran dan juga belum mendapatkan giveaway. Namun saya merasa puas ketika memenangkan giveaway itu sendiri. 	29	HM/I/7/29
I	<ul style="list-style-type: none"> • Sejauh ini mungkin tidak ada kendala, namun sedikit saran agar kedepannya pelayanan dan juga kenyamanan konsumen harus juga diperhatikan, dan juga menurut saya pelayanan dan produk sesuai dengan prinsip etika bisnis islam. . 	38	HM/I/7/38

Wawancara Key Informan 8

Nama : Melisa

Kode : M

Jabatan : Konsumen

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> Sudah memberikan pelayanan yang sesuai dengan etika bisnis islam. 	3	M/I/8/3
I	<ul style="list-style-type: none"> Sangat bertanggungjawab kepada costumer yang berbelanja di toko Heijab Store Makassar. 	7	M/I/8/7
I	<ul style="list-style-type: none"> Jujur dan juga bertanggungjawab dalam melaksanakan tugasnya. 	11	M/I/8/11
I	<ul style="list-style-type: none"> Iya, karyawan yang bekerja di toko heijab store makassar ini sudah melayani dengan sangat baik dan juga memberikan informasi yang e sangat berguna bagi costumer. 	14	M/I/8/14
I	<ul style="list-style-type: none"> Sudah sesuai dengan kualitasnya dan sangat memuaskan. 	19	M/I/8/19
I	<ul style="list-style-type: none"> Tentu saja saya sangat puas berbelanja di toko Heijab Store Makassar, apalagi dengan staf-stafnya yang sangat ramah dan e informatik. 	21	M/I/8/21
I	<ul style="list-style-type: none"> Selama berbelanja di toko Heijab tidak pernah mengalami kendala sama sekali. 	26	M/I/8/26

Wawancara Key Informan 9

Nama : Khaerunnisa

Kode : K

Jabatan : Konsumen

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> Pelayanan yang diberikan sudah bagus dan sesuai dengan etika bisnis yaitu cepat tanggap kepada costumer dan profesional. 	3	K/I/9/3
I	<ul style="list-style-type: none"> Peran dan tanggungjawab bagus pada penerapan nilai etika bisnis dalam pelayanan costumer karena ramah kepada costumer. 	8	K/I/9/8
I	<ul style="list-style-type: none"> Penyebaran informasinya sudah bagus dan untuk marketing sudah sangat bagus sudah dikenal oleh masyarakat karena di promosikan oleh orang-orang yang terkenal di makassar. 	12	K/I/9/12
I	<ul style="list-style-type: none"> Karyawan yang melayani sudah dengan baik karena komunikatif kepada costumer apabila ada yang ingin ditanyakan oleh costumer, langsung dijawab oleh karyawan. 	17	K/I/9/17
I	<ul style="list-style-type: none"> Harga sudah sesuai dengan kualitas barang yang dipasarkan dan banyak pilihan macam jilbab yang dibutuhkan oleh 	22	K/I/9/22

	costumer.		
I	<ul style="list-style-type: none"> Iya puas sudah berbelanja di store karena pelayanannya bagus harga sesuai dengan kualitas dan banyak pilihan macam jilbab. 	25	K/I/9/25
I	<ul style="list-style-type: none"> Sejauh ini belum ada kendala yang dihadapi saat berbelanja ke store. 	30	K/I/9/30

Wawancara Key Informan 10

Nama : Amriani

Kode : A

Jabatan : Konsumen

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> Betul sekali, pelayanan sesuai etika bisnis islam salah satunya yaitu tidak merugikan salah satu pihak, contohnya pada saat kita beli online jika barangnya habis, timnya menginformasikan apa akan di ganti warna atau tidak dan itu merupakan salah satu yang membuat kita sebagai costumer di hargai. 	3	A/I/10/3
I	<ul style="list-style-type: none"> Sangat berperan sekali dan <i>helpfull</i> kepada costumernya. 	10	A/I/10/10
I	<ul style="list-style-type: none"> Pandangan saya sebagai costumer mereka sudah menerapkan etika bisnis, contohnya pada saat promo mereka betul- 	13	A/I/10/13

	betul memberikan informasi yang jelas se jelasnya.		
I	• Betul karyawan Heijab sangat melayani saya sebagai costumer baik secara offline dan online.	18	A/I/10/18
I	• Sangat sesuai sehingga membuat saya ketergantungan untuk selalu membeli produk Heijab.	22	A/I/10/22
I	• Sangat-sangat puas pelayanannya bagus dn harganya affordable.	25	A/I/10/25
I	• Beberapa kendala kalau di offline barang yang di inginkan cepat habis, secara online kadang saya mau beli bajunya tapi kurang di update di media sosial.	29	A/I/10/29

Wawancara *Key Informan* 11

Nama : Darmiati Mustakim

Kode : DM

Jabatan : Konsumen

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	• Ya. Selama belanja di toko Heijab, pelayanannya sudah cukup menerapkan etika berbisnis dalam Islam.	3	DM/I/11/3
I	• Heijab store membangun citra yang baik	8	DM/I/11/8

	<p>sebagai salah satu brand fashion Islam yang disukai di Makassar. Mereka mengkomunikasikan merek mereka dengan baik ke customer. Baik pelayanan secara online maupun offline. Bahkan postingan mereka sudah menunjukkan salah satu etika bisnis. Saya rasa itu salah satu wujud krna penerapan etika Islam yang mereka lakukan.</p>		
I	<ul style="list-style-type: none"> • Setiap produk yang mereka pasarkan di sosial media tidak mengecewakan. Postingan produk di Instagram mereka tidak jauh berbeda dengan ketika kita membeli langsung produknya. 	15	DM/I/11/15
I	<ul style="list-style-type: none"> • Sejauh ini saya rasa karyawan mereka sangat ramah bahkan sangat membantu kalau kita lagi pusing memilih jadi saya rasa pelayanan mereka sudah baik. 	20	DM/I/11/20
I	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Worth it.</i> Harganya masih masuk dengan kantong saya dengan kualitas yang bagus. 	25	DM/I/11/25
I	<ul style="list-style-type: none"> • Puas dengan pelayanan yang diberikan. 	28	DM/I/11/28
I	<ul style="list-style-type: none"> • Toko offlinenya masih agak jauh, semoga makin berkembang biar bisa buka cabang di beberapa titik di Makassar. 	32	DM/I/11/32

Wawancara Key Informan 12

Nama : Aisyah Nursyafariah

Kode : AN

Jabatan : Konsumen

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> Iya, penerapan etika bisnis islamnya disana sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang dimana salah satunya kejujuran yang paling utama. 	3	AN/I/12/3
I	<ul style="list-style-type: none"> Saya melihat karyawan disana sesuai dengan peruntukannya, yang dimana saat saya memasuki toko tersebut saya di sapa dengan santun. 	9	AN/I/12/9
I	<ul style="list-style-type: none"> Untuk dari segi edukasi di toko tersebut, misalnya seperti saya bertanya mengenai ready stok barang, karyawan mampu menjelaskan caranya dengan baik. 	14	AN/I/12/14
I	<ul style="list-style-type: none"> Iya baik, saya mendapatkan pelayanan yang cukup baik dari toko tersebut. 	18	AN/I/12/18
I	<ul style="list-style-type: none"> Saya rasa harga yang ditawarkan cukup <i>affordable</i> di kalangan anak muda jaman sekarang. 	22	AN/I/12/22
I	<ul style="list-style-type: none"> Iya saya sangat puas, dan saya akan kembali untuk berbelanja disini. 	25	AN/I/12/25
I	<ul style="list-style-type: none"> Tidak ada, sering- sering kasih diskon. 	29	AN/I/12/29

Wawancara Key Informan 13

Nama : Faliha Athaya

Kode : FA

Jabatan : Konsumen

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> Pelayanan diberikan secara adil kepada semua pihak tanpa adanya diskriminasi dan disampaikan dengan bahasa yang sopan, tidak menyinggung, dan menghormati nilai-nilai agama dan budaya pelanggan. 	3	FA/I/13/3
I	<ul style="list-style-type: none"> Hejib Store Makassar bertanggung jawab untuk menyediakan produk-produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Hal ini termasuk memastikan bahwa produk yang dijual tidak melanggar larangan-larangan dalam Islam, seperti produk yang mengandung bahan-bahan haram atau tidak halal. 	9	FA/I/13/9
I	<ul style="list-style-type: none"> Hejib Store Makassar dapat menggunakan platform online mereka, seperti website resmi dan akun media sosial untuk memberikan informasi tentang komitmen mereka terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dalam 	15	FA/I/13/15

	<p>materi promosi mereka, Hejab Store Makassar dapat menyertakan informasi tentang produk-produk yang mereka jual, kebijakan pengembalian barang yang sesuai syariah, atau komitmen mereka terhadap amal dan kontribusi sosial yang sesuai dengan ajaran Islam.</p>		
I	<ul style="list-style-type: none"> Karyawan sopan dan ramah dalam berinteraksi dengan pelanggan juga memiliki kemampuan untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau layanan yang ditawarkan. 	24	FA/I/13/24
I	<ul style="list-style-type: none"> Ya, harga yang diberikan sesuai dengan harga pasar pada umumnya, apalagi melihat kualitas bahan barang yang baik. 	29	FA/I/13/29
I	<ul style="list-style-type: none"> Ya, saya sangat puas berbelanja karena toko tersebut sangat memperhatikan kebutuhan dan kepentingan pelanggan 	32	FA/I/13/32
I	<ul style="list-style-type: none"> Kadang-kadang barang yang diinginkan mungkin tidak tersedia dalam stok atau ukuran yang diinginkan. 	37	FA/I/13/37

Wawancara *Key Informan* 14

Nama : Nur Annisatul

Kode : NA

Jabatan : Konsumen

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulisan
I	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya pelayanan yang diberikan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. 	3	NA/I/14/3
I	<ul style="list-style-type: none"> Seperti jual beli pada umumnya, barang akan diberi ketika sudah dibayar. 	8	NA/I/14/8
I	<ul style="list-style-type: none"> Setiap barang telah diberi pricetag yang dimana informasi harga sudah jelas bagi konsumen. 	12	NA/I/14/12
I	<ul style="list-style-type: none"> Toko heijab memiliki beberapa karyawan dengan tugas masing", jadi pelayanannya sudah baik. 	16	NA/I/14/16
I	<ul style="list-style-type: none"> Kualitas barang di Heijab sudah sesuai dengan barang yang diberikan. 	20	NA/I/14/20
I	<ul style="list-style-type: none"> Sejauh ini aman-aman saja. 	23	NA/I/14/23
I	<ul style="list-style-type: none"> Saya pernah berbelanja lalu diberi stok baru, tetapi size baju yang saya coba ditempat dengan size yang diberikan berbeda. 	27	NA/I/14/27

LAMPIRAN 8

TRANSKRIP WAWANCARA FADLY YASHARI SOUMENA, S.E., M.Si

Peneliti: Bagaimana etika bisnis islam yang diterapkan di Toko Hejab Store Makassar?

Fadly Yashari Soumena, S.E.,M.Si : *Etika bisnis islam yang diterapkan dalam Toko hejab itu ada beberapa aspek terkait etika bisnis islam, dari awal sudah dibangun konsep etika bisnis islam seperti, syirkah (penggabungan permodalan) gabungan modal saya dan istriyang diputar. Aspek kedua implementasi penetapan harga yang dimana biaya-biaya ditambah lagi dalam imam Al-Ghazali yaitu resiko dan keamanan produksi. Aspek ketiga yaitu aspek pelayanan yang dimana salah satu aspek etika bisnis islam terdalam dalam rancang bangun ekonomi islam puncak paling atasnya itu akhlak, jadi pelayanan kita itu kepada konsumen feadback yang baik dari offline dan online store. Menghadapi ciri khas konsumen tertentu harus mengedepankan aspek pelayanan tertentu. Aspek pelayanan melalui pendekatan akhlak. Aspek keempat yaitu penerapan etika bisnis islamnya adalah patuh kepada aturan karena salah satu dalil bahwa "waatiul allah awaatihu rasul waulil amr" dalam membuka sebuah bisnis perlu adanya aturan, sehingga di Toko hejab ini sudah awal patuh kepada aturan misalnya kami sudah mengurus NIB (Nomor Induk Bisnis), kemudian dinas koperasi dan UMKM Kota makassar sudah terdaftar sebagai UMKM binaan, kami juga sudah ada hak merek yaitu HEIJAB yang sudah terdaftar. (I Baris 3)*

Peneliti: Bagaimana mekanisme kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen?

Fadly Yashari Soumena, S.E.,M.Si: *Kalau dari kualitas pelayanannya itu ada dua aspek nanti kita mengedepankan aspek tersebut. Adapun aspek yang dimaksud yaitu transaksi kalau dari aspek pelayanannya kami memberi*

kemudahan konsumen untuk transaksi, makanya di toko itu ada beberapa transaksi yang bisa dilakukan seperti transaksi nontunai dan tunai semuanya kami punya. Nah dari aspek sini juga kita bisa memberikan pelayanan ketentuan ada ketentuan yang harus diikuti konsumen agar mendapat pelayanan maksimal. Kami memberikan ketentuan tersendiri agar konsumen maksimal dalam pemilihan produknya. Selanjutnya aspek produk yang dimana kita menyediakan produk yang berkualitas dan kuantitasnya cukup salah satunya yaitu kami menyediakan berbagai varian warna hijab dan plan hijab warna hampir mencapai 200 warna itu dari aspek kualitas. Sedangkan dari aspek kuantitas kita masih lebih banyak lagi warna hijabnya untuk persediaan produk. Kemudian dari aspek tadi kita juga memiliki kualiti control yang dimana barang yang sudah diproduksi kita periksa dua kali lagi dibagian aspek produksi jilbabnya. Ketika sudah sampai kepada kami, kami menyuruh lagi kepada karyawan untuk diperiksa ulang. Ada double cek pada kualiti control untuk mendapatkan aspek yang lebih maksimal.

(I Baris 22)

Peneliti: Bagaimana strategi penerapan harga yang diterapkan di Toko Heijab Store Makassar?

Fadly Yashari Soumena, S.E.,M.Si: Kalau penerapan harganya tentu dipengaruhi dari bahan baku kan bahan dasar kami yaitu kain, tetapi selama berdirinya Toko Heijab ini penetapan harga tetap sama walaupun ada kenaikan/penurunan harga kain, tetapi harga di toko Heijab berbeda antara offline store dan online store. Penetapan harga kami sebenarnya ada beberapa produk berbeda antara offline dan online store, tetapi ketika di cek harganya di offline sudah ada tertera dilabel tetapi kalau online beda yang membedakan

online store ada biaya admin yang harus kita sesuaikan. Itu bukan karena faktor bahan baku. (I Baris 42)

Peneliti: apakah pada saat waktu shalat tiba, Toko Heijab di tutup sementara?

Fadly Yashari Soumena, S.E.,M.Si: *Tidak di tutup sementara, tapi masing-masing karyawan bergantian menunaikan shalat sembari menggu giliran ada yang menjaga toko, kasir dan bantu-bantu menyetok produk jadi disesuaikan saja.* (I Baris 51)

Peneliti: Bagaiman konsep keadilan dalam berbisnis, ketika ada konsumen yang tidak mendapatkan barang yang dia inginkan?

Fadly Yashari Soumena, S.E.,M.Si: *Konsep keadilan bisnis islam itu tidak harus mendapatkan hal yang sama jadi kita sesuaikan dengan kebutuhan masing-masing konsumen, kalau misalnya online konsep keadilannya disesuaikan dengan konsep jual belinya yang baranya tidak bisa dipegang hanya bisa melihat katalog instagram atau shopee. Ditoko kami sudah ada ketentuan aspek baik online ataupun offline store, produk yang diambil sudah sesuai warna, ukuran dan jenisnya. Ketika barang ada cacatnya bisa kita toleran untuk penukaran barangnya. Kami juga sebagai penjual harus berhati-hati untuk meminimalis kejadian terjadi salah satu yang kami rekomendasikan sebelum transaksi yaitu adalah jilbabnya bisa dicoba dulu dan membimbing konsumen agar memeriksa barang terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi.* (I Baris 57)

Peneliti: Apakah informasi terkait pembelian barang sudah diberikan kepada konsumen?

Fadly Yashari Soumena, S.E.,M.Si: *Untuk informasi pembelian barangnya sudah kami sesuaikan dengan offline store, kalau melalui online kami biasa*

broadcast informasi terkait pembelian open order, produk baru melalui story instagram atau whatsapp. Tapi kalau online itu melalui instagram karena itu merupakan akun pertama toko Heijab. (1 Baris 70)

Peneliti: Bagaimana sistem pembayaran yang dilakukan konsumen pada saat transaksi di toko Heijab Store Makassar?

Fadly Yashari Soumena, S.E.,M.Si: *Tunai dan nontunai, nontunai seperti qris, transfer. (1 Baris 77)*

Peneliti: Bagaimana tanggapan anda jika ada konsumen komplain masalah kualitas produk yang sudah dibeli?

Fadly Yashari Soumena, S.E.,M.Si: *Selalu di whatsapp kami itu ada pesan otomatis, tetapi ketika ada kelalaian dari kami intropeksi diri dan berterima kasih atas masukan semoga bisa menjadi inovasi kedepannya. Biasa ada konsumen yang komplek masalah produk seperti bahannya terlalu tipis, tetapi kita meminimalis itu terjadi karena setiap produk yang kami hasilkan ada review bahan, review warna dan review modelnya, karena setiap konsumen berbeda-beda apa yang dia pilih melalui kualitas yang dia inginkan. Secara umum kami menerima masukan dan kritikan terkait kualitas produk yang di miliki. (1 Baris 98)*

LAMPIRAN 9

TRANSKRIP WAWANCARA NUR HAMDANA

Peneliti: Bagaimana sistem pelayanan konsumen, apakah sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Nur Hamdana: *Sejauh ini menurut saya, sudah sesuai dengan etika bisnis islam.*

(I Baris 4)

Peneliti: Bagaimana mekanisme kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen?

Nur Hamdana: *Mekanisme kualitas pelayanan yang diberikan konsumen dengan itu kita langsung memberikan arahan dan keluhan apa yang dirasakan konsumen. Dan secara langsung kita menanganinya dengan baik, agar konsumen merasa nyaman dengan kinerja kami. (I Baris 7)*

Peneliti: Bagaimana mekanisme etika bisnis islam dalam melayani dalam menawarkan produk yang berkualitas?

Nur Hamdana: *Menawarkan barang-barang berkualitas, ada dua cara yaitu kita melalui sosial media dan kita melalui Toko offline store e menawarkan produk melalui media sosial itu kak dengan cara mengupload mempromosikannya bagaimana kita mempromosikannya melalui sosial media, live instagram, live shopee, live tiktok. Kan sekarang sudah canggih yah kak, jadi sosial media itu sudah sangat gampang dan dapat dijangkau dimana pun orang-orangnya dan daerah mana pun dapat menjangkaunya. Jika mempertanyakan kualitas produk kita yaitu, dengan melalui media sosial dengan melihat testi-testi kami, beberapa konsumen yang telah memiliki produk kami. Jikapun dengan orang-orangnya yang ingin melihat secara langsung kualitas produk kami dia dapat melihatnya ke toko kami offline store. (I Baris 13)*

Peneliti: Apakah dalam proses melayani konsumen, sudah ada penerapan sifat kejujuran kepada konsumen?

Nur Hamdana: *Sifat kejujuran kepada konsumen e tentu kak tentu itu sudah ada dan itu sudah sangat jujur kepada konsumen menerapkannya sangatsangat jujur sesuai dengan kualitas produk kami dan sesuai SOP yang ada di toko kami.*

(I Baris 26)

Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam melayani konsumen pada toko Heijab Store Makassar?

Nur Hamdana: *Jika kendala yang dipertanyakan, saya pikir banyak kendala yang kami dapat, tetapi salah satunya itu kak menghadapi costumer yang kita sudah menerangkan dengan baik dan kita sudah menerangkan dan meresponnya dengan baik, tetapi tetap dia yang emosi padahal kita ini sudah menerangkan dan menanyanya sesuai dengan produk dan SOP yang ada di toko kami, tetapi costumer yang merasa dirinya benar. Yah dimana mana kan namanya juga e pembeli adalah ratu pembeli adalah raja terkadang kita ini orang-orang yang seperti itu kita ini yang seperti memprajakan diri kita padahal kita itu ada hak dan wewenangnya toko untuk bisa kita ikuti. (I Baris 31)*

Peneliti: Bagaimana tanggapan anda jika ada konsumen yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan di toko Heijab Store Makassar?

Nur Hamdana: *Tanggapan kami yaitu menerimanya, mengumpulkan segala e segala kritik-kritik costumer, lalu kita memperbaikinya lagi hingga menjadi produk yang berkualitas di Makassar, terutama di Kota Makassar ini. (I Baris 44)*

LAMPIRAN 10

TRANSKRIP WAWANCARA SITTI AMINA

Peneliti: Bagaimana sistem pelayanan konsumen, apakah sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Sitti Amina: *Iya sudah sesuai karena kami karyawan Heijab menerapkan prinsip keramahtamahan dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan atau konsumen, contohnya kami menerapkan 3S (salam, senyum, dan sapa) dan kami juga selalu jujur contohnya kalau ada barang yang cacat kami selalu memberi tahu konsumen sebelum membeli. (I Baris 4)*

Peneliti: Bagaimana mekanisme kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen?

Sitti Amina: *Memberikan pelayanan yang terbaik, merespon dengan cepat jika pembeli bertanya, menawarkan promo, dan bersikap ramah kepada pembeli. (I Baris 11)*

Peneliti: Bagaimana mekanisme etika bisnis islam dalam melayani dalam menawarkan produk yang berkualitas?

Sitti Amina: *Sudah sesuai karena kami menawarkan produk dengan baik dan menjelaskan secara detail bahan yang digunakan. (I Baris 15)*

Peneliti: Apakah dalam proses melayani konsumen, sudah ada penerapan sifat kejujuran kepada konsumen?

Sitti Amina: *Iya, kami karyawan Toko heijab selalu jujur ketika ada barang yang robek atau bernoda kami pasti memberitahu kepada konsumen kalau barangnya defect. (I Baris 19)*

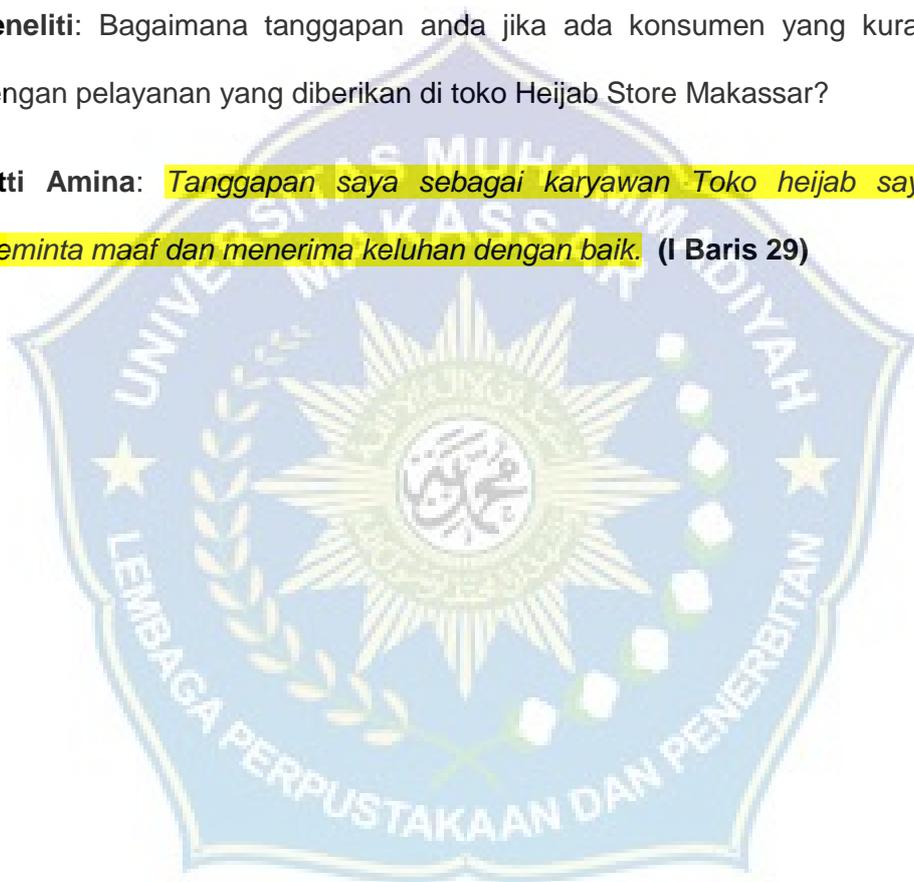
Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam melayani konsumen pada toko Heijab Store Makassar?

Sitti Amina: *Pembeli minta tukar barangnya tapi tidak bisa di tukar karena sudah ketentuan di toko, terus pembelinya marah-marah dan minta uang kembali.*

(I Baris 24)

Peneliti: Bagaimana tanggapan anda jika ada konsumen yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan di toko Heijab Store Makassar?

Sitti Amina: *Tanggapan saya sebagai karyawan Toko heijab saya harus meminta maaf dan menerima keluhan dengan baik.* **(I Baris 29)**



LAMPIRAN 11

TRANSKRIP WAWANCARA RIZKY AMELIA

Peneliti: Bagaimana sistem pelayanan konsumen, apakah sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Rizky Amelia: *Iya sudah sesuai karena kami pegawai Hejib menerapkan prinsip keramahtamahan dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan atau konsumen contohnya kami menerapkan 3S (Salam, senyum, dan sapa).* (I Baris 3)

Peneliti: Bagaimana mekanisme kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen?

Rizky Amelia: *Memberikan pelayanan yang terbaik, merespon dengan cepat jika pembeli bertanya, menawarkan promo dan bersikap ramah kepada pembeli.*

(I Baris 9)

Peneliti: Bagaimana mekanisme etika bisnis islam dalam melayani dalam menawarkan produk yang berkualitas?

Rizky Amelia: *Kami menawarkan produk dengan baik dan menjelaskan secara detail bahan yang digunakan.* (I Baris 13)

Peneliti: Apakah dalam proses melayani konsumen, sudah ada penerapan sifat kejujuran kepada konsumen?

Rizky Amelia: *Iya kami pegawai Hejib selalu jujur ketika ada barang yang robek atau bernoda kami pasti memberitahu kepada pembeli kalau barangnya defect.*

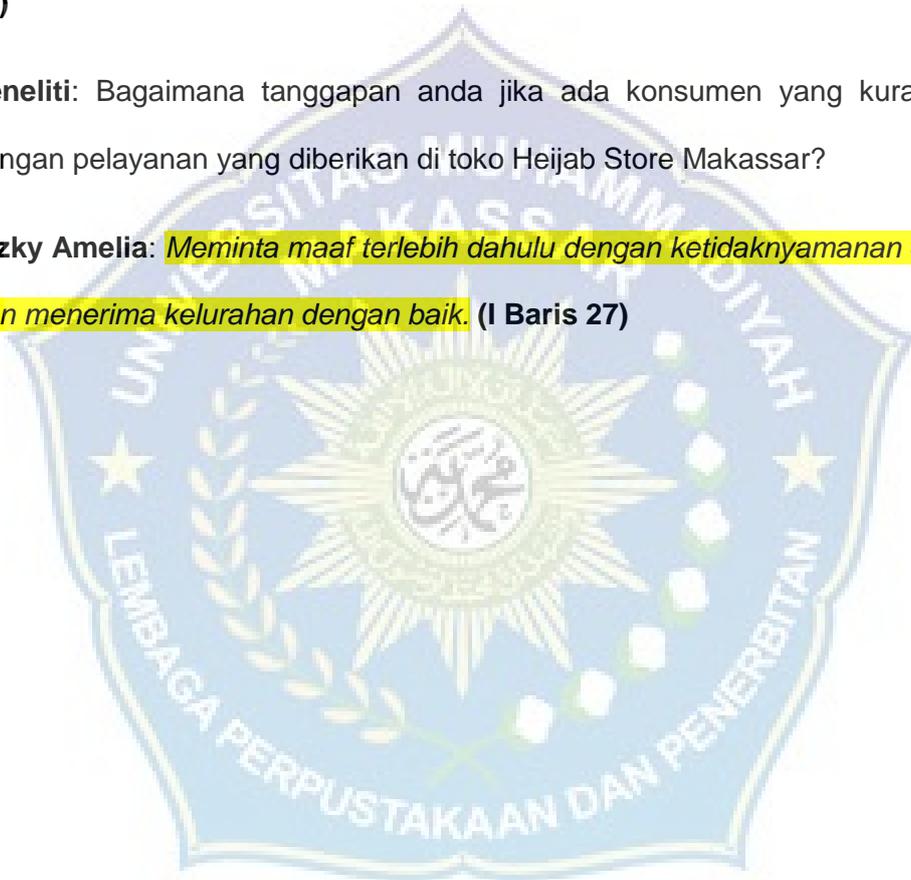
(I Baris 17)

Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam melayani konsumen pada toko Heijab Store Makassar?

Rizky Amelia: *Costumer yang meminta untuk menukar barang, padahal sudah ada ketentuan dari toko kami kalau barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan dan harus betul betul dicek sebelum melakukan transaksi.* (I Baris 21)

Peneliti: Bagaimana tanggapan anda jika ada konsumen yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan di toko Heijab Store Makassar?

Rizky Amelia: *Meminta maaf terlebih dahulu dengan ketidaknyamanan costumer dan menerima kelurahan dengan baik.* (I Baris 27)



LAMPIRAN 12

TRANSKRIP WAWANCARA RISLAH

Peneliti: Apakah pelayanan yang diberikan kepada anda sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Rislah: *Pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang menunjukkan adanya sifat kejujuran dalam pemberian harga produk juga disertai kebebasan konsumen dalam memilih produk yang dijualkan. (I Baris 3)*

Peneliti: Bagaimana anda melihat peran dan tanggungjawab pada Toko Heijab Store Makassar dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam dalam pelayanan konsumen?

Rislah: *Peran karyawan cukup baikji yang diberikan kepada saya, saya warna jilbab dicarikan dan perlihatkan barangnya. Kalau soal tanggungjawab mungkin sudah urusan masing-masing setiap karyawan karena berbeda karakter setiap yang melayani. (I Baris 9)*

Peneliti: Bagaimana anda melihat edukasi atau informasi yang terkait penerapan etika bisnis islam dalam memilih Toko Heijab Store Makassar untuk berbelanja?

Rislah: *Cukup update terkait dunia fashion, makanya saya tertarik berbelanja di toko ini, jadi biar tidak ke toko mki secara langsung sudah bisa membeli via online. (I Baris 15)*

Peneliti: Apakah karyawan yang bekerja di Toko Heijab Store Makassar sudah melayani anda dengan tepat dan baik?

Rislah: *Ramah semua karyawannya baru saya datang sudah di sambutmi dengan senyuman, dan setelah berbelanja karyawannya bilang terima kasih. (I Baris 20)*

Peneliti: Apakah harga yang ditawarkan di Toko Heijab Store Makassar sudah sesuai dengan kualitas barangnya?

Rislah: *Hahahah malah saya kaget dengan pemberian harga yang berikan, karena biasanya harga pasaran secara umum tidak seharga itu. Belum lagi kualitasnya mantap tawwa.* (I Baris 24)

Peneliti: Apakah anda puas berbelanja di Toko Heijab Store Makassar?

Rislah: *Cukup puas, sesuai dengan kantong mahasiswa. Harga pas kualitas terjamin dan barang-barangnya premium. Yang paling saya suka itu pada saat ada flash sale setiap bulannya.* (I Baris 28)

Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam membeli barang di Toko Heijab Store Makassar?

Rislah: *Mungkin lebih kesaran saja, sebaiknya toko diperbesar dan parkirannya diperluas karena saya melihat cukup ramai pengunjung yang datang, karena memang tawwa bagus-bagus barangnya.* (I Baris 35)

LAMPIRAN 13**TRANSKRIP WAWANCARA FATMAWATI KAHAR, S.Kom**

Peneliti: Apakah pelayanan yang diberikan kepada anda sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Fatmawati Kahar S.Kom: *Pelayanan yang diberikan dalam setiap interaksi yang diberikan dari petugas toko atau karyawan sebagai konsumen itu, saya sangat diperlakukan dengan sopan dan hormat tanpa memandang latarbelakang yang saya miliki. Kemudian e sangat transparan mengenai informasi tentang produk yang dimana pelayanan yang di berikan sangat benar-benar menyampaikan dengan jelas dan jujur tentang seperti apa kualitas yang dimiliki, harga dan lainnya. Kemudian e saya juga melihat bahwa pelayanan yang saya dapatkan itu dalam setiap transisinya sangat jujur, sehingga dapat menghindari praktikum penipuan atau manipulasi, jadi apa yang tertera di pada harga di plastiknya itu juga kiranya yang saya bayar ketika melakukan transaksi dikasir. (I Baris 3)*

Peneliti: Bagaimana anda melihat peran dan tanggungjawab pada Toko Hejabb Store Makassar dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam dalam pelayanan konsumen?

Fatmawati Kahar S.Kom: *Produk yang mereka jual sudah sesuai dari segi kualitas dan kuantitasnya itu sudah sesuai prinsip-prinsip syariah. Hal ini juga salah satunya yang perlu diperhatikan mengenai isu kehalalan bahwa meskipun yang dijual disini bukan serta merta adalah produk makanan atau minuman yang dapat dikonsumsi keadaan tubuh, tetapi menurut saya penting juga bagi setiap toko itu memberikan reasurans bahwa apa yang mereka jual apa yang mereka tawarkan kepada konsumen itu sudah sesuai syariah islam dan memberikan*

jaminana bahwa apa yang mereka berikan kepada konsumen sudah halal, Kemudian hmm saya juga melihat bahwa toko Hejab Store melakukan kepatuhan terhadap aturan dalam islam dimana memastikan bahwa semua transaksi bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip islam. Dimana termasuk pembayaran bagaimana mereka memproses pesanan dan pengiriman dan lain-lain. Dan juga memberikan keyakinan kepada kami sebagai seorang konsumen bahwa ee kegiatan bisnis yang dilakukan toko Hejab Store itu sudah jujur, sehingga tidak ada praktik-praktik seperti riba dan penipuan. (I Baris 16)

Peneliti: Bagaimana anda melihat edukasi atau informasi yang terkait penerapan etika bisnis islam dalam memilih Toko Hejab Store Makassar untuk berbelanja?

Fatmawati Kahar S.Kom: *Memiliki kesesuaian nilai prinsip-prinsip etika bisnis islam seperti prinsip kejujuran, keadilan, transparansi dan lain-lainnya. Sehingga saya pun sebagai konsumen lebih nyaman berbelanja di toko Hejab Store, memberikan saya informasi dan edukasi tentang standar kualitas produk yang mereka tawarkan kepada konsumen. (I Baris 33)*

Peneliti: Apakah karyawan yang bekerja di Toko Hejab Store Makassar sudah melayani anda dengan tepat dan baik?

Fatmawati Kahar S.Kom: *Tentunya sudah melayani saya dengan tepat baik berdasarkan dari pengalaman pribadi saya saat berinteraksi dengan dengan karyawan toko Hejab Store Makassar. Jadi saya merasa pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan saya, sehingga saya harap dan yakin inilah yang dapat membantu toko Hejab Store tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan mereka. (I Baris 40)*

Peneliti: Apakah harga yang ditawarkan di Toko Hejab Store Makassar sudah sesuai dengan kualitas barangnya?

Fatmawati Kahar S.Kom: *Harga yang ditawarkan di toko Heijab Store Makassar sejauh ini sudah sesuai kualitas barang yang diberikan. Saya telah membeli beberapa produk di toko tersebut sebanding dengan harga dan kualitas yang ada.* (I Baris 48)

Peneliti: Apakah anda puas berbelanja di Toko Heijab Store Makassar?

Fatmawati Kahar S.Kom: *Sangat puas berbelanja di toko Heijab Store dari segi produk yang mereka miliki sangat berkualitas tinggi sesuai dengan referensi saya. Selain itu karyawan toko selalu memberikan pelayanan yang baik dan ramah, membantu saya apa yang saya butuhkan selama berinteraksi di toko Heijab Store. Kemudian kemudahan dalam proses transaksi.* (I Baris 53)

Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam membeli barang di Toko Heijab Store Makassar?

Fatmawati Kahar S.Kom: *Selama ini saya sendiri belum merasakan mengalami kendala yang signifikan di toko Heijab Store, namun pernah ada kendala kecil yang pernah saya hadapi termasuk stok barang yang saya inginkan terbatas atau model/motif yang saya inginkan tidak ready stock atau warna. Saya juga merasa bahwa produknya memang memiliki harga yang cukup tinggi daripada ekspektasi saya.* (I Baris 64)

LAMPIRAN 14

TRANSKRIP WAWANCARA HASRA MAJID, S.Pd

Peneliti: Apakah pelayanan yang diberikan kepada anda sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Hasra Majid, S.Pd: Pelayanan yang diberikan pada toko sudah sesuai dengan prinsip islam salah satunya yaitu prinsip dalam etika islam seperti kehendak bebas dan juga memiliki responbility. (I Baris 3)

Peneliti: Bagaimana anda melihat peran dan tanggungjawab pada Toko Heijab Store Makassar dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam dalam pelayanan konsumen?

Hasra Majid, S.Pd: Sudah sangat baik terbukti dengan adanya respon dari beberapa karyawan yang sangat setiap melayani konsumen dan juga memiliki kejujuran yang dimana merupakan salah satu nilai dalam etika bisnis islam. (I Baris 9)

Peneliti: Bagaimana anda melihat edukasi atau informasi yang terkait penerapan etika bisnis islam dalam memilih Toko Heijab Store Makassar untuk berbelanja?

Hasra Majid, S.Pd: Untuk informasi dan edukasi yang diberikan pada toko itu masih kurang, informasi yang sampai kepada konsumen hanya sampai batas mulut ke mulut sedangkan untuk publikasinya melalui media sosial belum begitu bisa merata terbukti dari beberapa teman saya yang masih belum mendapatkan informasi terkait e penjual berbagai macam produk muslim di toko tersebut. (I Baris 14)

Peneliti: Apakah karyawan yang bekerja di Toko Heijab Store Makassar sudah melayani anda dengan tepat dan baik?

Hasra Majid, S.Pd: *Sangat baik dan mungkin kedepannya bisa lebih ditingkatkan agar tercipta kenyamanan untuk para konsumen yang datang.*

(I Baris 21)

Peneliti: Apakah harga yang ditawarkan di Toko Heijab Store Makassar sudah sesuai dengan kualitas barangnya?

Hasra Majid, S.Pd: *Harga yang diterapkan di Toko heijab store makassar, menurut saya sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan namun kita kembali lagi kepda selera konsumen.* **(I Baris 25)**

Peneliti: Apakah anda puas berbelanja di Toko Heijab Store Makassar?

Hasra Majid, S.Pd: *Jika ditanya puas atau tidaknya saya belum merasa puas karena saya belum pernah mendapatkan promo atau diskon besar-besaran dan juga belum mendapatkan giveaway. Namun saya merasa puas ketika memenangkan giveaway itu sendiri.* **(I Baris 29)**

Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam membeli barang di Toko Heijab Store Makassar?

Hasra Majid, S.Pd: *Sejauh ini mungkin tidak ada kendala, namun sedikit saran agar kedepannyan pelayanan dan juga kenyamanan konsumen harus juga diperhatikan, dan juga menurut saya pelayanan dan produk sesuai dengan prinsip etika bisnis islam.* **(I Baris 38)**

LAMPIRAN 15**TRANSKRIP WAWANCARA MELISA**

Peneliti: Apakah pelayanan yang diberikan kepada anda sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Melisa: *Sudah memberikan pelayanan yang sesuai dengan etika bisnis islam.* (1 Baris 3)

Peneliti: Bagaimana anda melihat peran dan tanggungjawab pada Toko Heijab Store Makassar dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam dalam pelayanan konsumen?

Melisa: *Sangat bertanggungjawab kepada costumer yang berbelanja di toko Heijab Store Makassar.* (1 Baris 7)

Peneliti: Bagaimana anda melihat edukasi atau informasi yang terkait penerapan etika bisnis islam dalam memilih Toko Heijab Store Makassar untuk berbelanja?

Melisa: *Jujur dan juga bertanggungjawab dalam melaksanakan tugasnya.* (1 Baris 11)

Peneliti: Apakah karyawan yang bekerja di Toko Heijab Store Makassar sudah melayani anda dengan tepat dan baik?

Melisa: *Iya, karyawan yang bekerja di toko heijab store makassar ini sudah melayani dengan sangat baik dan juga memberikan informasi yang e sangat berguna bagi costumer.* (1 Baris 14)

Peneliti: Apakah harga yang ditawarkan di Toko Heijab Store Makassar sudah sesuai dengan kualitas barangnya?

Melisa: *Sudah sesuai dengan kualitasnya dan sangat memuaskan.* (1 Baris 19)

Peneliti: Apakah anda puas berbelanja di Toko Heijab Store Makassar?

Melisa: *Tentu saja saya sangat puas berbelanja di toko Hejab Store Makassar, apalagi dengan staf-stafnya yang sangat ramah dan e informatik.* (I Baris 21)

Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam membeli barang di Toko Hejab Store Makassar?

Melisa: *Selama berbelanja di toko Hejab tidak pernah mengalami kendala sama sekali.* (I Baris 26)



LAMPIRAN 16**TRANSKRIP WAWANCARA KHAERUNNISA**

Peneliti: Apakah pelayanan yang diberikan kepada anda sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Khaerunnisa: *Pelayanan yang diberikan sudah bagus dan sesuai dengan etika bisnis yaitu cepat tanggap kepada costumer dan profesional. (I Baris 3)*

Peneliti: Bagaimana anda melihat peran dan tanggungjawab pada Toko Heijab Store Makassar dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam dalam pelayanan konsumen?

Khaerunnisa: *Peran dan tanggungjawab bagus pada penerapan nilai etika bisnis dalam pelayanan costumer karena ramah kepada costumer. (I Baris 8)*

Peneliti: Bagaimana anda melihat edukasi atau informasi yang terkait penerapan etika bisnis islam dalam memilih Toko Heijab Store Makassar untuk berbelanja?

Khaerunnisa: *Penyebaran informasinya sudah bagus dan untuk marketing sudah sangat bagus sudah dikenal oleh masyarakat karena di promosikan oleh orang-orang yang terkenal di makassar. (I Baris 12)*

Peneliti: Apakah karyawan yang bekerja di Toko Heijab Store Makassar sudah melayani anda dengan tepat dan baik?

Khaerunnisa: *Karyawan yang melayani sudah dengan baik karena komunikatif kepada costumer apabila ada yang ingin ditanyakan oleh costumer, langsung dijawab oleh karyawan. (I Baris 17)*

Peneliti: Apakah harga yang ditawarkan di Toko Heijab Store Makassar sudah sesuai dengan kualitas barangnya?

Khaerunnisa: *Harga sudah sesuai dengan kualitas barang yang dipasarkan dan banyak pilihan macam jilbab yang dibutuhkan oleh costumer. (I Baris 22)*

Peneliti: Apakah anda puas berbelanja di Toko Heijab Store Makassar?

Khaerunnisa: *Iya puas sudah berbelanja di store karena pelayanannya bagus harga sesuai dengan kualitas dan banyak pilihan macam jilbab. (I Baris 25)*

Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam membeli barang di Toko Heijab Store Makassar?

Khaerunnisa: *Sejauh ini belum ada kendala yang dihadapi saat berbelanja ke store. (I Baris 30)*



LAMPIRAN 17

TRANSKRIP WAWANCARA AMRIANI

Peneliti: Apakah pelayanan yang diberikan kepada anda sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Amriani: *Betul sekali, pelayanan sesuai etika bisnis Islam salah satunya yaitu tidak merugikan salah satu pihak, contohnya pada saat Kita beli online jika barangnya habis, timnya menginformasikan apa akan di ganti warna atau tidak dan itu merupakan salah satu yang membuat Kita sebagai customer di hargai. (1 Baris 3)*

Peneliti: Bagaimana anda melihat peran dan tanggungjawab pada Toko Hejab Store Makassar dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam dalam pelayanan konsumen?

Amriani: *Sangat berperan sekali dan helpfull kepada customernya. (1 Baris 10)*

Peneliti: Bagaimana anda melihat edukasi atau informasi yang terkait penerapan etika bisnis islam dalam memilih Toko Hejab Store Makassar untuk berbelanja?

Amriani: *Pandangan Saya sebagai customer mereka sudah menerapkan etika bisnis, contohnya pada saat promo mereka betul-betul memberikan informasi yg jelas sejelesnya. (1 Baris 13)*

Peneliti: Apakah karyawan yang bekerja di Toko Hejab Store Makassar sudah melayani anda dengan tepat dan baik?

Amriani: *Betul, karyawan Hejab sangat melayani saya sebagai customer baik secara offline dan online. (1 Baris 18)*

Peneliti: Apakah harga yang ditawarkan di Toko Hejab Store Makassar sudah sesuai dengan kualitas barangnya?

Amriani: *Sangat sesuai sehingga membuat saya ketergantungan untuk selalu membeli produk Heijab.* (1 Baris 22)

Peneliti: Apakah anda puas berbelanja di Toko Heijab Store Makassar?

Amriani: *Sangat-sangat puas pelayanannya bagus dan harganya affordable.* (1 Baris 25)

Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam membeli barang di Toko Heijab Store Makassar?

Amriani: *Beberapa kendala kalau di offline barang yang di inginkan cepat habis, secara online kadang saya mau beli bajunya tapi kurang di update di media sosial.* (1 Baris 29)



LAMPIRAN 18

TRANSKRIP WAWANCARA DARMIATI MUSTAKIM

Peneliti: Apakah pelayanan yang diberikan kepada anda sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Darmiati Mustakim: *Ya. Selama belanja di toko Heijab, pelayanannya sudah cukup menerapkan etika berbisnis dalam Islam. (I Baris 3)*

Peneliti: Bagaimana anda melihat peran dan tanggungjawab pada Toko Heijab Store Makassar dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam dalam pelayanan konsumen?

Darmiati Mustakim: *Heijab store membangun citra yang baik sebagai salah satu brand fashion Islam yang disukai di Makassar. Mereka mengkomunikasikan merek mereka dengan baik ke customer. Baik pelayanan secara online maupun offline. Bahkan postingan mereka sudah menunjukkan salah satu etika bisnis. Saya rasa itu salah satu wujud karna penerapan etika Islam yang mereka lakukan. (I Baris 8)*

Peneliti: Bagaimana anda melihat edukasi atau informasi yang terkait penerapan etika bisnis islam dalam memilih Toko Heijab Store Makassar untuk berbelanja?

Darmiati Mustakim: *Setiap produk yang mereka pasarkan di sosial media tidak mengecewakan. Postingan produk di Instagram mereka tidak jauh berbeda dengan ketika kita membeli langsung produknya. (I Baris 15)*

Peneliti: Apakah karyawan yang bekerja di Toko Heijab Store Makassar sudah melayani anda dengan tepat dan baik?

Darmiati Mustakim: *Sejauh ini saya rasa karyawan mereka sangat ramah bahkan sangat membantu kalau kita lagi pusing memilih jadi saya rasa pelayanan mereka sudah baik.* (I Baris 20)

Peneliti: Apakah harga yang ditawarkan di Toko Heijab Store Makassar sudah sesuai dengan kualitas barangnya?

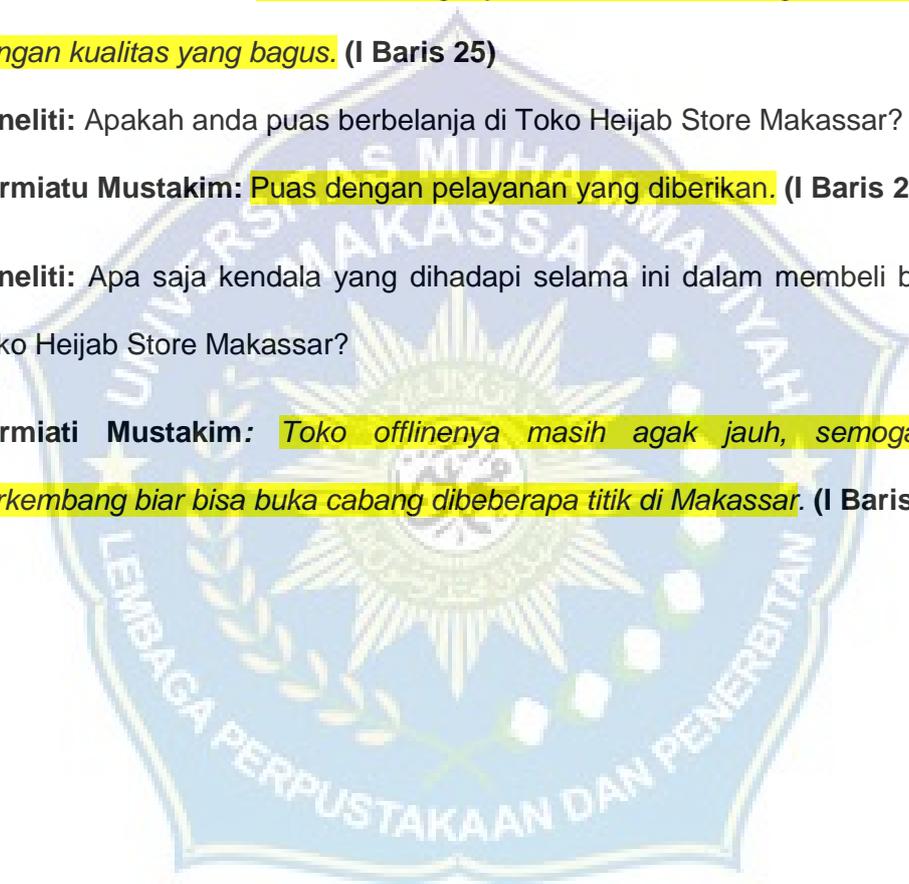
Darmiati Mustakim: *Worth it. Harganya masih masuk dengan kantong saya dengan kualitas yang bagus.* (I Baris 25)

Peneliti: Apakah anda puas berbelanja di Toko Heijab Store Makassar?

Darmiati Mustakim: *Puas dengan pelayanan yang diberikan.* (I Baris 28)

Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam membeli barang di Toko Heijab Store Makassar?

Darmiati Mustakim: *Toko offlinenya masih agak jauh, semoga makin berkembang biar bisa buka cabang dibeberapa titik di Makassar.* (I Baris 32)



LAMPIRAN 19**TRANSKRIP WAWANCARA AISYAH NURSYAFARIAH**

Peneliti: Apakah pelayanan yang diberikan kepada anda sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Aisyah Nursyafariah: *Iya, penerapan etika bisnis islamnya disana sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang dimana salah satunya kejujuran yang paling utama.* (I Baris 3)

Peneliti: Bagaimana anda melihat peran dan tanggungjawab pada Toko Heijab Store Makassar dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam dalam pelayanan konsumen?

Aisyah Nursyafariah: *Saya melihat karyawan disana sesuai dengan peruntukannya, yang dimana saat saya memasuki toko tersebut saya di sapa dengan santun.* (I Baris 9)

Peneliti: Bagaimana anda melihat edukasi atau informasi yang terkait penerapan etika bisnis islam dalam memilih Toko Heijab Store Makassar untuk berbelanja?

Aisyah Nursyafariah: *Untuk dari segi edukasi di toko tersebut, misalnya seperti saya bertanya mengenai ready stok barang, karyawan mampu menjelaskan caranya dengan baik.* (I Baris 14)

Peneliti: Apakah karyawan yang bekerja di Toko Heijab Store Makassar sudah melayani anda dengan tepat dan baik?

Aisyah Nursyafariah: *Iya baik, saya mendapatkan pelayanan yang cukup baik dari toko tersebut.* (I Baris 18)

Peneliti: Apakah harga yang ditawarkan di Toko Heijab Store Makassar sudah sesuai dengan kualitas barangnya?

Aisyah Nursyafariah: *Saya rasa harga yang ditawarkan cukup affordable di kalangan anak muda jaman sekarang.* (I Baris 22)

Peneliti: Apakah anda puas berbelanja di Toko Heijab Store Makassar?

Aisyah Nursyafariah: *Iya saya sangat puas, dan saya akan kembali untuk berbelanja disini.* (I Baris 25)

Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam membeli barang di Toko Heijab Store Makassar?

Aisyah Nursyafariah: *Tidak ada, sering- sering kasih diskon.* (I Baris 29)



LAMPIRAN 20**TRANSKRIP WAWANCARA FALIHA ATHAYA**

Peneliti: Apakah pelayanan yang diberikan kepada anda sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Faliha Athaya: *Pelayanan diberikan secara adil kepada semua pihak tanpa adanya diskriminasi dan disampaikan dengan bahasa yang sopan, tidak menyinggung, dan menghormati nilai-nilai agama dan budaya pelanggan. (1 Baris 3)*

Peneliti: Bagaimana anda melihat peran dan tanggungjawab pada Toko Hejab Store Makassar dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam dalam pelayanan konsumen?

Faliha Athaya: *Hejab Store Makassar bertanggung jawab untuk menyediakan produk-produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Hal ini termasuk memastikan bahwa produk yang dijual tidak melanggar larangan-larangan dalam Islam, seperti produk yang mengandung bahan-bahan haram atau tidak halal. (1 Baris 9)*

Peneliti: Bagaimana anda melihat edukasi atau informasi yang terkait penerapan etika bisnis islam dalam memilih Toko Hejab Store Makassar untuk berbelanja?

Faliha Athaya: *Hejab Store Makassar dapat menggunakan platform online mereka, seperti website resmi dan akun media sosial untuk memberikan informasi tentang komitmen mereka terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dalam materi promosi mereka, Hejab Store Makassar dapat menyertakan informasi tentang produk-produk yang mereka jual, kebijakan pengembalian*

barang yang sesuai syariah, atau komitmen mereka terhadap amal dan kontribusi sosial yang sesuai dengan ajaran Islam. (I Baris 15)

Peneliti: Apakah karyawan yang bekerja di Toko Heijab Store Makassar sudah melayani anda dengan tepat dan baik?

Faliha Athaya: *Karyawan sopan dan ramah dalam berinteraksi dengan pelanggan juga memiliki kemampuan untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau layanan yang ditawarkan. (I Baris 24)*

Peneliti: Apakah harga yang ditawarkan di Toko Heijab Store Makassar sudah sesuai dengan kualitas barangnya?

Faliha Athaya: *Ya, harga yang diberikan sesuai dengan harga pasar pada umumnya, apalagi melihat kualitas bahan barang yang baik. (I Baris 29)*

Peneliti: Apakah anda puas berbelanja di Toko Heijab Store Makassar?

Faliha Athaya: *Ya, saya sangat puas berbelanja karena toko tersebut sangat memperhatikan kebutuhan dan kepentingan pelanggan. (I Baris 32)*

Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam membeli barang di Toko Heijab Store Makassar?

Faliha Athaya: *Kadang-kadang barang yang diinginkan mungkin tidak tersedia dalam stok atau ukuran yang diinginkan. (I Baris 37)*

LAMPIRAN 21

TRANSKIP WAWANCARA NUR ANNISATUL

Peneliti: Apakah pelayanan yang diberikan kepada anda sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

Nur Annisatul: *Menurut saya pelayanan yang diberikan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.* (I Baris 3)

Peneliti: Bagaimana anda melihat peran dan tanggungjawab pada Toko Heijab Store Makassar dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam dalam pelayanan konsumen?

Nur Annisatul: *Seperti jual beli pada umumnya, barang akan diberi ketika sudah dibayar.* (I Baris 8)

Peneliti: Bagaimana anda melihat edukasi atau informasi yang terkait penerapan etika bisnis islam dalam memilih Toko Heijab Store Makassar untuk berbelanja?

Nur Annisatul: *Setiap barang telah diberi pricetag yang dimana informasi harga sudah jelas bagi konsumen.* (I Baris 12)

Peneliti: Apakah karyawan yang bekerja di Toko Heijab Store Makassar sudah melayani anda dengan tepat dan baik?

Nur Annisatul: *Toko heijab memiliki beberapa karyawan dengan tugas masing", jadi pelayanannya sudah baik.* (I Baris 16)

Peneliti: Apakah harga yang ditawarkan di Toko Heijab Store Makassar sudah sesuai dengan kualitas barangnya?

Nur Annisatul: *Kualitas barang di Heijab sudah sesuai dengan barang yang diberikan.* (I Baris 20)

Peneliti: Apakah anda puas berbelanja di Toko Heijab Store Makassar?

Nur Annisatul: *Sejauh ini aman-aman saja.* (I Baris 23)

Peneliti: Apa saja kendala yang dihadapi selama ini dalam membeli barang di Toko Heijab Store Makassar?

Nur Annisatul: *Saya pernah berbelanja lalu diberi stok baru, tetapi size baju yang saya coba ditempat dengan size yang diberikan berbeda.* (I Baris 27)



LAMPIRAN 22
BEBAS KETERANGAN PLAGIASI



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN
Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Nurhafriyanti Hafid
Nim : 105741101020
Program Studi : Ekonomi Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	23 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	5 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 20 Mei 2024
Mengetahui,
Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,


 Nurfitriyanti Hafid, M.I.P.
 NBM. 064 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

BAB I Nurhafriyanti Hafid 105741101020

ORIGINALITY REPORT

10%
SIMILARITY INDEX

10%
INTERNET SOURCES

4%
PUBLICATIONS

4%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	3%
2	repository.uiad.ac.id Internet Source	3%
3	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	2%
4	eprints.ums.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes OnExclude bibliography OnExclude matches < 2%

AB II Nurhafriyanti Hafid 105741101020

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.uin-alauddin.ac.id Internet Source	4%
2	core.ac.uk Internet Source	4%
3	jurnal.penerbitdaarulhuda.id Internet Source	2%
4	jurnal.penerbitwidina.com Internet Source	2%
5	dspace.uui.ac.id Internet Source	2%
6	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2%
7	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	2%
8	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	2%
9	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source	2%

BAB III Nurhafriyanti Hafid 105741101020

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	3%
2	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	2%
3	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	2%
4	3lib.net Internet Source	2%

Exclude quotes OnExclude matches < 2%Exclude bibliography On

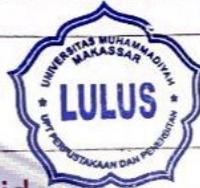
AB IV Nurhafriyanti Hafid 105741101020

ORIGINALITY REPORT

5% SIMILARITY INDEX	5% INTERNET SOURCES	0% PUBLICATIONS	0% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.radenintan.ac.id Internet Source	3%
2	etheses.iainpekalongan.ac.id Internet Source	2%



Exclude quotes On Exclude matches < 2%
Exclude bibliography On



Nurhafriyanti Hafid 105741101020

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.scribd.com
Internet Source

4%



Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



BIOGRAFI PENULIS



Nurhariyanti Hafid panggilan Yanti lahir di Makassar pada tanggal 07 November 2000 dari pasangan suami istri Bapak Abd Hafid dan Ibu Hairiya. Peneliti adalah anak pertama dari 6 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Perumahan Mangga Tiga Blok B1/No.2 , Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Negeri Daya 1 lulus tahun 2013, Mts 2 Makassar lulus tahun 2016, Man 3 Makassar lulus tahun 2019, dan mulai pada tahun 2020 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini penelliti masih terdaftar sebagai mahasiswa program S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

