

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya, tidak terkecuali untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam pencapaiannya dibutuhkan alat, media atau sarana untuk saling memenuhi kebutuhan, salah satu sarana tersebut ialah pasar. Pasar merupakan tempat di mana bertemunya antara produsen dan konsumen atau biasa disebut penjual dan pembeli. Berdagang atau bermuamalah adalah salah satu profesi yang sangat dianjurkan dalam Islam dan juga profesi yang mulia, karena bermuamalah merupakan kegiatan yang tidak hanya dilakukan untuk kepentingan pribadi tetapi juga untuk kepentingan banyak masyarakat (Azizaturrohman dan Mawardi, 2014).

Banyak kegiatan yang ditemui tidak berdasarkan dengan prinsip-prinsip syariah. Salah satu kegiatan yang dianjurkan ialah bermuamalah, di mana dalam bermuamalah dengan strategi yang sehat dan tidak merugikan orang lain, dengan begitu pelaku usaha harus turut memperhatikan perilaku di dalam bermuamalah yaitu etika. Dimana penerapan etika memberikan manusia sikap dan tindakan yang benar dalam kehidupan. Sehingga etika diterapkan pada pengambilan keputusan dalam semua aspek kehidupan manusia. Nabi Muhammad SAW. dan Rasul lainnya diutus untuk mendidik etika manusia dan membersihkan pikiran mereka dari kotoran. Sehingga penyebaran etika Islam yang dilancarkan oleh Nabi bertujuan untuk membawa manusia kembali ke tujuan dasarnya, yang

mengangkat suatu umat yang rusak menuju ketinggian dan kesempurnaan harkat martabat manusia. (Muthmainnah, 2019)

Etika bisnis Islam adalah penerapan etika yang menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, jadi tidak perlu khawatir dalam berbisnis karena dianggap baik dan benar. Nilai etika, atau nilai moral adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi manusia seutuhnya, seperti kejujuran, Kebenaran, keadilan, kebebasan, kebahagiaan dan cinta. Jika nilai moral ini Implementasi akan menyempurnakan umat manusia secara keseluruhan. Setiap orang mungkin memiliki seperangkat pengetahuan tentang nilai-nilai tersebut, akan tetapi Al-Qur'an dan Hadits dapat mengendalikan perilaku orang Islam sebagai sumbernya. (A. D. Putri, 2021). Menurut (Darmawan, 2019), etika bisnis Islam dapat membimbing para pebisnis untuk menyeimbangkan kehidupan dunia dan kehidupan di akhirat, ketika para pebisnis sibuk dengan aktivitas duniawi, umat Islam harus selalu menyeimbangkan dan konsisten menjalankan shalat dan dalam kehidupan bisnis sehari-hari, dan juga harus meninggalkan Perilaku Bisnis yang dilarang.

Jual beli juga merupakan pertukaran barang atau jasa secara permanen dan salah satu tempat perdagangan adalah pasar. Dengan era pembangunan ekonomi, Sangat pesat menyebabkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Dan pesaing yang sangat tinggi, para pebisnis menggunakan berbagai cara agar pengusaha sering mendapatkan keuntungan tinggi dan mengabaikan etika bisnis Islam saat menjalankan bisnis tersebut. Misalnya masih banyak pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis islam seperti perilaku tidak jujur, mengurangi

dosis atau skala, dan mencampur barang yang bagus dengan barang yang buruk pada pebisnis tersebut. (Mursidah, 2017)

Menurut (Firatmadi, 2017) dalam menghadapi tantangan bisnis yang begitu ketat, salah satu strategi bisnis yang dapat digunakan adalah mempertahankan loyalitas pelanggan, namun loyalitas pelanggan saja tidak cukup untuk terus mendukung profitabilitas suatu perusahaan, maka strategi yang tepat dan dapat diterapkan perusahaan adalah dengan cara retensi pelanggan, yaitu terjalinnya hubungan baik dengan mitra bisnis dan pelanggan untuk terus menunjang kehidupan perusahaan yang menunjukkan bahwa nilai pelanggan harus mampu menunjukkan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

Membangun dan meningkatkan pendapatan loyalitas pelanggan perusahaan yang dimulai dengan mengevaluasi posisi perusahaan berada di depan konsumen dan pasar sehingga dapat mengetahui apa yang preferensi konsumen terhadap produk perusahaan. Dalam industri yang sedang berkembang khususnya di industri perhiasan, memahami kebutuhan pelanggan tumbuh secara otomatis referensi pelanggan, yaitu kemauan pelanggan menceritakan kepuasannya kepada orang lain yang akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Pertumbuhan ekonomi yang pesat saat ini telah mendorong sebanyak lembaga perbankan syariah atau lembaga keuangan syariah lainnya untuk menawarkan produk keuangan emas kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat melihat perkembangan investasi emas yang selalu meningkat dari tahun ke tahun dan biasanya lebih terjangkau dari investasi properti yang membuat bisnis ini sangat diminati oleh masyarakat tersebut. Emas adalah

komoditas yang sangat mudah dan fleksibel untuk diinvestasikan dan tidak perlu memiliki keahlian khusus seperti berinvestasi saham. Seperti yang diketahui, harga emas semakin hari semakin meningkat. Emas sering dianggap sebagai benda berharga dengan nilai estetika tinggi, terdepan, mengesankan, dan elegan, oleh karena itu orang menyebutnya sebagai logam mulia. Karena dalam keadaan murni atau dalam udara biasa, emas tidak dapat teroksidasi atau dengan kata lain tahan karat. Hal ini membuat emas semakin dicari sebagai salah satu dari pilihan investasi baik untuk kalangan menengah ke atas maupun orang kelas atas. (Sakinah, 2018)

Perhiasan emas memiliki beragam atau bentuk model yang berbeda-beda, Seiring berjalannya waktu cincin, anting, gelang, dan kalung akan berganti model atau bentuk yang terbaru sejalan dengan perkembangan minat dan kebutuhan kaum hawa (Sharif Chaudhy, 2012). Sehingga banyak dikalangan wanita akan selalu tertarik untuk mengganti emas yang dimilikinya dengan perubahan-perubahan model yang baru yang mampu mendukung penampilan mereka. Keputusan masyarakat atau konsumen di dalam membeli maupun melakukan tukar tambah emas biasanya tidak terlepas dari motif untuk pemenuhan kebutuhan, keinginan, dan investasi. Sebagai konsumen harus bisa mengelola keuangan dengan baik dalam memilih membeli atau menggunakan barang atau jasa yang diperlukan di saat itu yang sekiranya benar-benar bermanfaat sesuai sumber daya dan kemampuannya untuk membeli dan untuk jangka waktu yang ditetapkan.

Memenuhi kepuasan konsumen untuk mendapatkan loyalitas konsumen atau pelanggan menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup para pedagang, yang mana hal tersebut menjadi keunggulan dalam merebut persaingan pasar. Menurut Kotler (2016) ada beberapa hal yang dapat dilakukan perusahaan atau pedagang untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan, antara lain; Sistem keluhan dan saran (*Complain and suggestion system*) dan survei kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction surveys*).

Dari penjelasan di atas perlu kita pahami bahwa pentingnya etika dalam proses kegiatan bisnis Islam yang harus dimiliki setiap pelaku bisnis kegiatan ekonomi, baik itu pebisnis atau pedagang dalam menjalankan kegiatan ekonomi untuk menghindari berbagai perilaku dilarang oleh Tuhan. Dunia bisnis yang baik yang diridhoi Allah harus berpegang teguh pada nilai-nilai etika dan moral, sehingga hasilnya akan bersih dan akan diperoleh hasil yang baik pula dan keberkahan di dunia dan akhirat.

Permasalahan yang terjadi dalam etika bisnis syariah ialah masih adanya sebagian yang belum sesuai dengan syariah Islam. Misalnya melakukan kecurangan dan penipuan dalam perdagangan. Dalam jual beli yang harus dilakukan dengan cara suka sama suka, tidak dibolehkan dengan cara yang batil dan paksaan. Salah satu keadaan yang harus dihilangkan dalam melaksanakan untuk saling ridha adalah kebebasan bertransaksi jual beli dari proses penipuan. Sebagaimana Rasulullah saw. sebagai pelaku bisnis, ia menerapkan ekonomi yang dilandasi kejujuran sebagai etika dasar, tidak menyembunyikan kekurangannya

dan mengunggulkan barang dagangannya melainkan berdasarkan realita. (Saifudin, 2021).

Dalam transaksi jual beli, kejujuran merupakan nilai fundamental yang menjadi fondasi terciptanya kepercayaan antara penjual dan pembeli. Hal ini menjadi sangat penting dalam jual beli emas, mengingat emas merupakan barang yang bernilai tinggi, sensitif terhadap perubahan harga pasar, dan memiliki spesifikasi teknis (kadar, berat, bentuk) yang seringkali sulit dipahami oleh konsumen awam. Oleh karena itu, kejujuran dari pihak penjual emas sangat menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan, terutama dalam konteks ekonomi syariah yang menuntut transaksi yang adil dan bebas dari penipuan (gharar) maupun eksploitasi (Ghozali & Mahmud, 2020).

Penjualan emas yang tidak disertai kejujuran—seperti manipulasi kadar, pengurangan timbangan, atau menyembunyikan cacat barang—merupakan bentuk ketidakadilan dalam muamalah dan dapat merugikan salah satu pihak. Hal ini dilarang dalam Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah SWT:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾

الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾

وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.” (QS. Al-Muthaffifin: 1–3)

Kejujuran dalam menjual emas juga menjadi salah satu indikator dari penerapan etika bisnis syariah, yang meliputi prinsip keadilan (al-‘adl), keterbukaan (al-shafa), dan tanggung jawab (al-mas’uliyah). Dalam konteks bisnis modern, kejujuran bukan hanya menjaga hubungan harmonis dengan konsumen, tetapi juga menjadi strategi jangka panjang untuk menciptakan loyalitas pelanggan, meningkatkan citra usaha, dan menghindari konflik atau sengketa hukum (Antonio, 2011). Secara umum, penjual emas yang menerapkan kejujuran dalam semua aspek baik dalam informasi produk, harga, timbangan, maupun kondisi barang akan mendapatkan kepercayaan masyarakat dan dapat meningkatkan posisi kompetitif usahanya di tengah persaingan pasar yang ketat.

Situasi seperti harga emas yang meningkat atau tidak stabil memang sering memicu ketidakjujuran dalam transaksi, misalnya dengan menaikkan harga melebihi wajar, mengurangi berat, atau menyembunyikan kadar emas yang sebenarnya. Dalam perspektif etika bisnis syariah, kondisi ini harus diatasi dengan cara memperkuat kejujuran (shidq) sebagai prinsip dasar muamalah.

Beberapa cara mengatasi kondisi tersebut:

1. Menyampaikan Informasi Produk secara Transparan

Penjual wajib menjelaskan:

Kadar emas (misalnya: 75%)

Berat bersih (gram yang akurat)

Harga pasar saat ini, termasuk margin keuntungan

Hal ini sesuai dengan prinsip al-shafa (keterbukaan) dalam Islam.

2. Menyusun Harga dengan Landasan Syariah

Penjual tidak boleh menentukan harga yang sangat tidak wajar.

Tetapkan margin keuntungan yang adil dan sesuai pasar, tidak berdasarkan spekulasi berlebihan.

Dalilnya:

"Sempurnakanlah takaran dan timbanglah dengan timbangan yang benar." (QS. Al-Isra': 35)

3. Menawarkan Opsi Khiyar (hak memilih)

Dalam kondisi harga fluktuatif, berikan kesempatan pada pembeli untuk berpikir atau membatalkan transaksi setelah mengetahui kondisi harga emas yang tidak stabil. Ini mencegah gharar (ketidakjelasan) dan bentuk keadilan dalam jual beli

Adapun jumlah keseluruhan penjual dan pekerja pada Toko Emas Pusat Pasar Perbelanjaan Beureunuen Kabupaten Pidie yang berjumlah 72 orang. Realita di lapangan masih terjadi pelanggaran-pelanggaran yang disebutkan di atas, seperti di Toko Emas Pusat Pasar Perbelanjaan Beureunuen Kabupaten Pidie juga masih ada sebagian yang melanggar dan kecurangan-kecurangan misalnya berat yang digunakan tidak standar atau dengan kata lain penjual mengurangi berat barang yang diberikan kepada pelanggan, kemudian dicampurnya barang dagangan dengan kualitas yang baik dan buruk, bahkan sebagian penjual juga mencampur barang dagangan dengan barang yang cacat, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Emas Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Emas Pusat Pasar Perbelanjaan Beureunuen Kabupaten Pidie)**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kejujuran dan keadilan berpengaruh terhadap penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi jual beli emas pada Toko Emas Pusat Pasar Perbelanjaan Beureunuen Kabupaten Pidie?
2. Apakah penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi jual beli emas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Emas Pusat Pasar Perbelanjaan Beureunuen Kabupaten Pidie?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kejujuran dan keadilan terhadap penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi jual beli emas.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penerapan etika bisnis syariah terhadap loyalitas pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Menjadi acuan untuk menambah wawasan yang diharapkan Pengetahuan bagi pembaca khususnya mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan teknologi, khususnya dalam teori ekonomi Islam, dalam penerapannya etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana potensial untuk mengembangkan pemikiran dalam terapan teori yang ada pada penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan prosedur bisnis yang baik dan sesuai etika bisnis Islam dan juga dapat dijadikan tolak ukur untuk penelitian selanjutnya.

- b. Bagi Masyarakat dan pembaca

Semoga penelitian ini dapat menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi bagi masyarakat dalam mengambil keputusan tentang penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli sesuai ajaran agama Islam. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi akademisi sebagai sumber bacaan.

- c. Bagi Akademisi

Dapat menjadi bahan pembelajaran tentang bagaimana etika bisnis islam dalam transaksi jual beli untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan juga dampak apa yang dapat disebabkan dalam setiap kecurangan yang dilakukan didalam sistem jual beli.