

ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA INTERNET ABC NETWORK DESA GEDANGAN SIDAYU GRESIK

Muhammad Sholih, Bahij Al Ghonim Umar Said
Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Al Falah Gresik, Indonesia
mohammadsholih134@gmail.com
bahij2608@gmail.com

Abstract

This study investigates the effect of implementing the principles of Islamic business ethics on customer satisfaction at ABC Network, Gedangan Village, Sidayu, Gresik. The analysis shows that honesty, fairness, trust, responsibility, social care, and the prohibition of usury play a central role in forming positive relationships between companies and customers.

Keywords: *Islamic Business Ethics and Customer Satisfaction*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan prinsip etika bisnis Islam terhadap kepuasan pelanggan di ABC Network, Desa Gedangan, Sidayu, Gresik. Analisis menunjukkan bahwa kejujuran, keadilan, kepercayaan, tanggung jawab, kepedulian sosial, dan larangan riba berperan sentral dalam membentuk hubungan positif antara perusahaan dan pelanggan.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam dan Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Dunia bisnis tidak bisa lepas dari etika bisnis, banyak hasil penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara etika bisnis dan kesuksesan suatu perusahaan. Seperti kisah bangkrutnya Lehman Brothers menggambarkan dampak dari suatu

perusahaan yang tidak menggunakan etika bisnis dalam setiap aktivitas bisnisnya. Pada akhirnya praktik bisnis yang tidak jujur, hanya memikirkan keuntungan maksimal dan merugikan pihak lain akan membawa perusahaan yang tergolong raksasa sekalipun akan hancur. (Sri Nawatmi, 2010:5).

ISSN : 2809-8714

Dalam era digital yang berkembang pesat, kebutuhan akan koneksi *internet* yang handal dan berkualitas semakin mendesak, baik untuk kebutuhan pribadi maupun bisnis. Ketika² pelaku bisnis tidak menerapkan etika bisnis yang seharusnya diterapkan, banyak hal-hal buruk yang kemungkinan akan dialami oleh pelaku bisnis tersebut. Etika Bisnis Islam adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis (Muhammad Saifullah, 2011:132).

Desa Gedangan di Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik, sebagai salah satu wilayah yang terus mengalami perkembangan, menjadi salah satu area yang mengalami pergeseran dalam infrastruktur teknologi informasi, khususnya

dalam layanan internet. Dalam konteks ini, *ABC Network*, sebuah usaha yang bergerak dalam bidang penyediaan layanan internet, telah memposisikan dirinya sebagai penyedia solusi broadband dan dedicated internet di wilayah ini.

ABC Network, yang beroperasi di bawah nama lengkap *Acurate Brief Clear (ABC)*, telah mengalami transformasi dari sebuah bisnis yang awalnya berfokus pada penjualan komputer dan jasa terkait menjadi penyedia layanan internet yang komprehensif. Usaha ini tidak hanya menawarkan koneksi *internet* berbasis *fiber optic*, *LAN*, dan *wireless*, tetapi juga berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik yang mencakup aspek kualitas bandwidth, keamanan jaringan, dan harga yang terjangkau. Dalam rangka meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, *ABC Network* menerapkan berbagai strategi seperti pelatihan karyawan, pengelolaan feedback, dan kontrol kualitas.

LANDASAN TEORI

Etika Bisnis Islam

Menurut K. Bertens dalam buku Etika, merumuskan pengertian etika kepada tiga pengertian juga; Pertama, etika digunakan dalam pengertian nilai- nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Kedua, etika dalam pengertian kumpulan asas atau nilai-nilai moral atau kode etik. Ketiga, etika sebagai ilmu tentang baik dan buruk. Sedangkan menurut Franz Magnis-Suseno etika merupakan salah satu disiplin pokok dalam filsafat, ia merefleksikan bagaimana manusia harus hidup agar berhasil menjadi sebagai manusia (Hamam Burhanuddin, 2014:5).

Bisnis adalah semua aktivitas yang melibatkan penyediaan barang dan jasa yang diperlukan dan diinginkan oleh orang lain. Dengannya para pelaku bisnis dapat menentukan dan menyediakan

keinginan dan kebutuhan orang lain (konsumen) serta selalu berusaha agar konsumen memperoleh kepuasan dengan barang dan jasa yang disediakan tersebut (Miftakhul Huda, 2019:95).

Etika Bisnis Islam adalah seperangkat prinsip-prinsip etika untuk membedakan yang baik dan yang buruk, harus benar, salah dan lain sebagainya, serta prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikan atas apa saja dalam dunia bisnis (Muhammad Saifullah, 2011:132).

Dapat disimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam adalah seperangkat nilai, aturan maupun tata cara yang dijadikan pedoman dalam berbisnis sehingga aktivitas bisnis yang dilakukan tidak menyimpang dari ajaran Islam. Jadi, antara etika dengan bisnis merupakan dua hal yang saling berhubungan sehingga menghasilkan suatu tatanan bisnis yang saling menguntungkan dintara kedua belah pihak.

Etika Pelayanan

Etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk yang dianut oleh masyarakat. Ada yang merupakan etiket artinya kumpulan tata cara dalam pergaulan. Kata etiket berasal dari Perancis (etiquette) yang berarti kartu undangan. Akhirnya perkataan etiquette diartikan sebagai ketentuan yang mengatur tindak dan gerak manusia dalam pergaulan di masyarakat, seperti penampilan, cara berbicara, cara berpakaian, sopan santun dan lain-lain.

Etika pelayanan adalah perilaku petugas bank terutama petugas pelayanan (customer service) dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen/pelanggan. Etika pelayanan bertitik tolak pada perilaku petugas bank dalam berbagai lini dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memperhatikan mana yang baik mana yang buruk, mana yang benar mana yang salah.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali atau mengkonsumsi produk. (Nirwana, 2004:321). Menurut Zikmund et al (2003:72) kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya. Kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan (perceived performance) dan harapan (expectative).

Peranan Kepuasan Pelanggan

Kotler et al (2006:185) Perusahaan harus berfokus pada pembentukan keunggulan pelanggan. Kemudian mereka akan memberikan nilai kepuasaan pelanggan yang tinggi, yang menghasilkan pembelian ulang yang

tinggi dan akhirnya profitabilitas perusahaan yang tinggi juga.

Jadi, apabila pelanggan sudah merasa puas maka pelanggan tersebut akan membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan pelanggan tersebut enggan membeli kepada produk perusahaan lain karena ia sudah merasa puas dengan menggunakan produk tersebut. Dan bahkan tidak sedikit pelanggan yang merasa terpuaskan, akan merekomendasikan produk tersebut kepada konsumen lainnya.

Pembelian ulang serta promosi secara tidak langsung ini tentu saja akan meningkatkan jumlah penjualan produk perusahaan yang akhirnya juga meningkatkan laba atau profitabilitas perusahaan.

Cara Mengoptimalkan Kepuasan Pelanggan

Pelanggan adalah raja. Keberadaan perusahaan dengan segala unsurnya harus diarahkan untuk memuaskan pelanggan

(kotler:2007). Setiap perusahaan harus membangun relasi akrab dan intim dengan pelanggan (Customer Intimacy). Perusahaan harus selalu berupaya menyesuaikan produk dan jasa yang ditawarkannya mengikuti kebutuhan konsumen. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan antara lain:

1. Perusahaan harus mampu memberikan jasa yang telah dijanjikannya secara akurat dan terpercaya. Kinerja jasa harus sesuai bahkan melebihi harapan konsumen.
2. Perusahaan harus responsive (cepat tanggap) terhadap konsumen, memberi pelayanan yang cepat kepada pelanggan, bersikap proaktif, tidak menunggu sampai konsumen mengeluh. Kalau ada keluhan harus cepat ditanggapi secara simpati.
3. Karyawan harus memiliki kemampuan untuk

melaksanakan tugas, ramah dan sopan kepada konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan dianalisis yang bersifat kualitatif lebih menekan pada makna.
(Sugiyono,2018:10).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Penelitian deskriptif kualitatif adalah "Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan

berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi yang kemudian di analisis secara interaktif dan berlangsung sehingga datanya sudah penuh. Aktifitas dalam analisis data meliputi data *reduction*, data *display* dan *conclusion drawing/ verification*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pelayanan dan Kualitas yang Memuaskan:

ABC Network fokus pada pelayanan yang ramah, efisien, dan kualitas produk yang baik. Hal ini tercermin dari pengalaman positif yang diungkapkan oleh pelanggan mereka. Pelanggan menyatakan kepuasan mereka dengan pelayanan yang diberikan, termasuk responsif terhadap feedback dan keluhan.

1. Kualitas Produk atau Jasa:

Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. *ABC Network* terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas layanan mereka, seperti layanan *Dedicated Internet* dengan *symmetrical bandwidth* dan jaminan layanan yang komited.

2. Harga yang Seimbang dengan Kualitas:

Pelanggan merasa bahwa harga yang ditawarkan oleh *ABC Network* sebanding dengan kualitas layanan yang mereka terima. Hal ini penting dalam membangun kepercayaan pelanggan dan menjaga reputasi perusahaan.

Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha *ABC Network*

Kejujuran dan Transparansi:

ABC Network menekankan kejujuran dalam semua aspek bisnis mereka, mulai dari proses

pendaftaran, penagihan, hingga komunikasi dengan pelanggan. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang mengharuskan transparansi dan kejujuran dalam setiap transaksi.

Keadilan dalam Transaksi:

Perusahaan memastikan bahwa harga yang ditetapkan adalah adil dan sesuai dengan nilai produk atau jasa yang mereka berikan. Ini mencerminkan komitmen mereka untuk mematuhi nilai-nilai keadilan dalam Islam.

Kepercayaan dan Tanggung Jawab:

ABC Network menjaga kepercayaan pelanggan dengan memberikan kualitas dan pelayanan sesuai yang dijanjikan. Mereka juga bertanggung jawab atas layanan mereka, termasuk menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif.

Penerapan Larangan Riba:

Dalam semua transaksi mereka, *ABC Network* menghindari praktik riba dan gharar (ketidakpastian yang tidak sehat dalam transaksi bisnis). Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip keuangan Islam yang melarang praktik riba untuk memastikan keadilan dalam ekonomi.

Kepedulian Sosial:

Perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan komersial tetapi juga berkontribusi pada masyarakat dan lingkungan sekitar. Ini menunjukkan komitmen mereka terhadap nilai-nilai sosial dalam Islam, seperti kepedulian terhadap kesejahteraan umum.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, *ABC Network* bukan hanya mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi tetapi juga membangun fondasi bisnis yang berkelanjutan dan berintegritas. Ini akan membantu mereka dalam mempertahankan

loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar mereka di masa depan.

Pembahasan di atas mencerminkan bahwa *ABC Network* tidak hanya fokus pada aspek teknis layanan mereka tetapi juga pada nilai-nilai etika bisnis yang membedakan mereka dalam pasar yang kompetitif.

PENUTUP

Studi ini telah mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan pada usaha *ABC Network* di Desa Gedangan, Sidayu, Gresik, sangat dipengaruhi oleh implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Analisis menunjukkan bahwa aspek-aspek seperti kejujuran, keadilan, kepercayaan, tanggung jawab, kepedulian sosial, dan larangan riba menjadi pilar utama dalam membangun hubungan yang positif antara perusahaan dan pelanggan.

Penerapan kejujuran dalam semua interaksi dengan pelanggan, mulai dari proses

pemasangan hingga penagihan layanan, telah memberikan kepastian dan kejelasan bagi pelanggan. Selain itu, keadilan dalam penetapan harga dengan mempertimbangkan kualitas layanan yang ditawarkan, serta kepercayaan yang dibangun melalui kualitas layanan yang konsisten, telah memperkuat hubungan bisnis yang berkelanjutan.

Tanggung jawab perusahaan *ABC Network* dalam menanggapi keluhan pelanggan, serta kepedulian sosialnya terhadap masyarakat sekitar, juga menjadi faktor penting dalam mendukung kepuasan pelanggan. Selain itu, komitmen untuk menghindari riba dan gharar dalam semua transaksi, sesuai dengan prinsip syariah, telah memberikan landasan moral yang kokoh bagi operasional perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam bukan hanya

memenuhi tuntutan spiritual dan moral, tetapi juga menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun reputasi yang baik bagi perusahaan. Studi ini memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai Islam dapat diterapkan dalam konteks bisnis modern untuk mencapai tujuan-tujuan yang berkelanjutan dan inklusif.

Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan untuk melihat dampak penerapan etika bisnis Islam pada aspek lain dari operasional perusahaan, seperti pengembangan produk, strategi pemasaran, dan pengelolaan sumber daya manusia. Selain itu, studi *longitudinal* yang melibatkan lebih banyak lokasi dan variasi industri dapat memberikan wawasan yang lebih

ISSN : 2809-8714

mendalam tentang keberlanjutan
dan efektivitas penerapan
prinsip-prinsip ini dalam konteks
bisnis global yang beragam.

Islam. Jurnal El-Faqih, Vol. 5,
No. 1, April.

DAFTAR PUSTAKA

Nawatmi, Sri. 2010. "Etika Bisnis
Dalam Perspektif
Islam".*Fokus Ekonomi*, Vol.9
No.1 April

Saifullah, Muhammad. 2011.
"Etika Bisnis Islami dalam
Praktek Bisnis Rasulullah",
Jurnal IAIN Walisongo, Vol.
19, No. 1, Mei.

Sugiyono. 2018. *Metode
Penelitian Kualitatif*. Edisi ke-
10. Bandung: Alfabeta.

Burhanuddin, Hamam. 2014.
Etika Bisnis Menurut Islam
(Suatu Telaah Material-
Immaterial Oriented).
Globethics. Net Focus 16.

Huda, Miftakhul. 2019.
*Penerapan Etika Bisnis
Terhadap Kepuasan
Konsumen dalam pandangan*