

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

Peran Etika Bisnis Syariah dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Raihani Aqila Ghinarahma

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon,
Indonesia

*e-mail : raihani.ghinarahma@gmail.com

ABSTRACT

Artikel ini mengkaji pentingnya etika bisnis syariah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pendekatan studi pustaka. Etika bisnis syariah berakar pada prinsip-prinsip Islam, seperti ketauhidan, ilmu pengetahuan, keadilan, tanggung jawab, kebebasan, kebajikan, dan komitmen terhadap kehalalan. Penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya menciptakan lingkungan bisnis yang etis dan adil, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Dalam pandangan Islam, kepuasan pelanggan mencakup aspek material dan spiritual, yang berhubungan dengan kesesuaian produk dan jasa dengan ajaran syariah. Studi kasus yang melibatkan Bank Syariah Indonesia, Wardah, dan Tokopedia Salam menunjukkan bahwa penerapan etika syariah berdampak positif terhadap persepsi dan kenyamanan konsumen. Namun, ada beberapa tantangan dalam penerapannya, seperti kurangnya pemahaman pelaku usaha, inkonsistensi praktik, tekanan pasar, serta rendahnya edukasi konsumen dan pengawasan. Untuk mengatasi tantangan ini, perlu dilakukan pelatihan sumber daya manusia, penguatan audit internal berbasis syariah, keterlibatan Dewan Pengawas Syariah, dan inovasi produk yang sejalan dengan prinsip Islam. Dengan langkah-langkah ini, etika bisnis syariah tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai strategi yang efektif dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan serta mendukung keberhasilan dan keberkahan usaha.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Syariah, Kepuasan Pelanggan, Prinsip Islam, Kepercayaan, Dan Tanggung Jawab*

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

Abstract:

This article examines the importance of Sharia business ethics in improving customer satisfaction through a literature study approach. Sharia business ethics are rooted in Islamic principles, such as monotheism, knowledge, justice, responsibility, freedom, virtue, and commitment to halal. The application of these principles not only creates an ethical and fair business environment but also contributes to increasing customer trust and loyalty. From the Islamic perspective, customer satisfaction includes material and spiritual aspects, which are related to the conformity of products and services with Sharia teachings. Case studies involving Bank Syariah Indonesia, Wardah, and Tokopedia Salam show that the application of Sharia ethics has a positive impact on consumer perception and comfort. However, there are several challenges in its implementation, such as a lack of understanding of business actors, inconsistent practices, market pressure, and low consumer education and supervision. To overcome these challenges, it is necessary to conduct human resource training, strengthen Sharia-based internal audits, involve the Sharia Supervisory Board, and innovate products that align with Islamic principles. With these steps, Sharia business ethics not only serves as a moral guideline but also as an effective strategy for creating sustainable customer satisfaction and supporting the success and blessing of the business.

Keyword: *Sharia Business Ethics, Customer Satisfaction, Islamic Principles, Trust, And Responsibility.*

1. PENDAHULUAN

Bisnis merupakan aktivitas yang dijalankan oleh individu maupun organisasi, yang meliputi proses pembuatan, pembelian, penjualan, serta pertukaran barang atau jasa, dengan tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meraih keuntungan (Sri,2022). Di tengah era globalisasi dan kemajuan pesat teknologi informasi, persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Oleh karena itu, para pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya memprioritaskan kualitas produk dan layanan, tetapi juga menanamkan nilai-nilai etika dalam

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

praktik bisnis mereka. Salah satu pendekatan yang kini semakin banyak diperhatikan adalah etika bisnis syariah. Pendekatan ini berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran (sidq), keadilan ('adl), amanah, serta larangan terhadap praktik-praktik yang merugikan seperti riba dan gharar. Etika bisnis syariah ini menjadi landasan yang sangat penting untuk membangun kepercayaan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada kepuasan pelanggan.

Etika bisnis syariah bukan hanya menjadi identitas perusahaan-perusahaan yang berbasis Islam, tetapi juga berfungsi sebagai alat strategis untuk membangun loyalitas dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam pandangan Islam, kepuasan pelanggan tidak hanya berwujud material, melainkan juga mencakup aspek spiritual dan moral. Oleh karena itu, setiap transaksi hendaknya dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, transparan, dan adil (Harahap, 2022).

Kepuasan pelanggan adalah salah satu indikator krusial dalam menentukan kesuksesan suatu bisnis. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan melakukan pembelian kembali dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Dalam kerangka bisnis syariah, pemenuhan nilai-nilai syariah oleh pelaku usaha menjadi elemen penting yang membangun kepercayaan serta meningkatkan persepsi positif terhadap perusahaan (Sari & Fitriani, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara konseptual peran etika bisnis syariah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kajian ini dilakukan dengan pendekatan studi literatur dari berbagai jurnal dan sumber ilmiah

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

yang relevan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis dan akademisi dalam membangun sistem bisnis yang bertika serta berorientasi pada keberlanjutan hubungan dengan konsumen.

2. TELAAH TEORITIS

Etika bisnis syariah adalah cabang ilmu etika yang berlandaskan pada ajaran Islam, dengan tujuan untuk membimbing perilaku bisnis agar selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip ini mencakup kejujuran (ṣidq), keadilan (‘adl), amanah, dan larangan terhadap praktik merugikan seperti riba dan gharar (Sri, 2022). Dalam dunia bisnis modern, pendekatan ini tidak hanya menjadi identitas perusahaan berbasis Islam, tetapi juga strategi untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Harahap, 2022).

Sabrina dan Rialdy (2024) menegaskan bahwa etika bisnis Islam tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi, melainkan juga mencakup tanggung jawab moral dan spiritual. Istilah "etika bisnis" dalam Al-Qur'an diwakili oleh kata al-tijarah, yang menggambarkan perdagangan yang dilaksanakan dengan kejujuran dan keadilan (Amalia, 2016). Etika ini sangat krusial, baik bagi individu pelaku usaha maupun organisasi secara keseluruhan, dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara pelaku bisnis dan masyarakat (Lani dan Nurhalimah, 2022).

Prinsip dasar etika bisnis Islam dibangun di atas tujuh konsep kunci: ketauhidan, keilmuan, keadilan, tanggung jawab, kebebasan, kebajikan (ihsan), dan komitmen terhadap kehalalan (Jazil dan Hendrasto, 2021). Ketauhidan, sebagai pilar utama, menekankan bahwa setiap aktivitas bisnis seharusnya bernilai ibadah dan tidak melanggar prinsip tauhid (Q. S. Al-Ikhlās: 1-4). Prinsip keilmuan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

mendorong para pelaku bisnis untuk memiliki pemahaman mendalam sebelum menjalani usaha (HR. Ibnu Majah). Keadilan menjadi fondasi interaksi yang adil antara pedagang dan pelanggan (Q. S. An-Nahl: 90), sedangkan prinsip tanggung jawab menegaskan pentingnya akuntabilitas terhadap produk dan jasa yang ditawarkan (Q. S. As-Shaffat: 22–24).

Dalam perspektif Islam, kepuasan pelanggan tidak hanya diukur berdasarkan kuantitas atau kemewahan barang yang dikonsumsi, tetapi juga seberapa jauh konsumsi tersebut sesuai dengan prinsip syariah, seperti menghindari pemborosan (*israf*) dan memastikan kehalalan (Yusniar, 2024). Zeithaml dan Bitner (dalam Syafiq, 2019) menambahkan bahwa kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh fitur produk, emosi pelanggan, dan kualitas pelayanan.

Penelitian oleh Sari dan Fitriani (2020) menunjukkan bahwa integrasi etika bisnis syariah memiliki dampak positif terhadap persepsi konsumen, terutama dalam hal kepercayaan dan loyalitas. Studi kasus mengenai BSI (Rachmawati et al. , 2022), Wardah (Azkia dan Novita, 2021), dan Tokopedia Salam (Rizky, 2023) memberikan bukti empiris bahwa praktik etika syariah, seperti transparansi harga, keadilan dalam kontrak, dan penyediaan produk halal, memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan dan kenyamanan pelanggan.

Namun, penerapan etika bisnis syariah masih menghadapi sejumlah tantangan. Hermawan (2021) mencatat bahwa minimnya pemahaman mengenai prinsip syariah di kalangan pelaku bisnis menjadi salah satu hambatan utama. Rahmawati (2022) menyoroti adanya inkonsistensi antara nilai yang diusung dan praktik nyata. Yusuf (2020) menekankan bahwa tekanan pasar sering membuat

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

pelaku usaha mengesampingkan prinsip etika demi efisiensi. Oleh karena itu, solusi yang perlu diterapkan secara sistematis mencakup pelatihan sumber daya manusia (Nasution, 2022), penguatan audit berbasis syariah (Amin, 2021), serta pelibatan Dewan Pengawas Syariah (Hidayat, 2020) perlu diupayakan secara sistematis.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji secara lebih luas bagaimana peran etika bisnis syariah dapat berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di dunia bisnis.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka, yaitu pendekatan yang melibatkan pengumpulan data melalui penelaahan dan pemahaman terhadap berbagai teori dari literatur yang berhubungan dengan topik yang dibahas. Menurut Zed (2004), pelaksanaan studi pustaka terdiri dari empat langkah penting: pertama, mempersiapkan alat dan perlengkapan yang diperlukan; kedua, menyusun daftar bacaan awal (bibliografi kerja); ketiga, mengatur jadwal kerja satu per satu dengan sistematis; dan keempat, melaksanakan proses membaca serta mencatat isi literatur yang dianggap bernilai. Dalam tahap pengumpulan data, peneliti mengakses dan merangkum informasi dari berbagai sumber, termasuk buku, artikel ilmiah, dan hasil penelitian sebelumnya. Semua bahan pustaka yang diperoleh tersebut kemudian dianalisis dengan pendekatan kritis untuk mendukung ide-ide dan argumen yang dikembangkan dalam penelitian. Dengan metode ini, peneliti berusaha membangun landasan teoritis yang kokoh dan mendalam sebagai dasar dalam menjawab permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Etika Bisnis Syariah

Etika, yang berasal dari bahasa Yunani, memiliki arti akhlak, kebiasaan, atau kombinasi perilaku moral yang diterima secara luas dalam masyarakat. Etika ini berfungsi sebagai alat untuk membedakan antara yang benar dan yang salah. Dalam konteks Islam, etika bisnis merujuk pada perilaku bisnis yang berlandaskan pada prinsip-prinsip etika (al-akhlaq al-Islamiyah), yang mengutamakan nilai-nilai syariah. Ini mencakup kepatuhan kepada perintah Allah SWT serta menjauhi segala hal yang dilarang (Sabrina & Rialdy, 2024). Di dalam Al-Qur'an, etika bisnis diungkapkan melalui istilah *al-tijarah*, yang berarti berdagang atau berniaga dalam bahasa Arab (Amalia, 2016).

Etika bisnis berfungsi untuk mengatur pelaksanaan pekerjaan yang melibatkan berbagai aspek, seperti organisasi, individu, atau masyarakat. Dalam suatu organisasi, peran etika bisnis sangat penting untuk membentuk perilaku para wakil, pemimpin, dan pelopor. Etika ini bertujuan agar setiap interaksi, baik di dalam maupun di luar organisasi, dapat berlangsung dengan baik dan membangun hubungan yang harmonis (Lani & Nurhalimah, 2022).

Prinsip Dasar Etika Bisnis Syariah

Dalam konteks etika bisnis Islam, terdapat tujuh prinsip fundamental yang harus dipegang oleh setiap pelaku usaha. Salah satu prinsip yang paling mendasar adalah ketauhidan, yang menjadi landasan utama dalam menjalankan usaha sesuai dengan syariah. Setiap kegiatan wirausaha syariah seharusnya mengedepankan aspek tauhid, yakni pengesaan Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Setiap langkah yang diambil, mulai dari penyediaan barang, pemenuhan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

kebutuhan, hingga proses pengemasan, harus berlandaskan pada ketauhidan tersebut. Penting diingat bahwa dalam setiap transaksi, tidak boleh terdapat tindakan yang merusak ketauhidan seseorang. Dengan memahami prinsip ini, setiap tindakan akan berada dalam pengawasan dan kontrol individu masing-masing. Implikasi dari ketauhidan adalah pengembangan kemampuan kendali diri dan kesadaran. Akhirnya, setiap langkah akan diorientasikan menuju kebaikan dan nilai positif dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, merupakan kewajiban bagi wirausahawan Muslim untuk menerapkan dan menyebarkan prinsip tauhid, sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an surat Al-Ikhlâs ayat 1-4, yang mengatakan, "Katakanlah (Muhammad), 'Dialah Allah, Yang Maha Esa. Allah tempat meminta segala sesuatu. (Allah) tidak beranak dan tidak pula diperanakkan. Dan tidak ada sesuatu yang setara dengan Dia. '"

Prinsip kedua yang harus diperhatikan adalah keilmuan. Prinsip ini menekankan bahwa setiap tindakan wirausahawan Muslim harus berdasarkan ilmu. Pengetahuan ini mencakup semua aspek, baik dalam produksi, konsumsi, maupun distribusi. Misalnya, seorang wirausahawan Muslim yang baru merintis usaha wajib memahami berbagai aspek bisnis, termasuk praktik, bahan baku, strategi, dan promosi sebelum memulai usahanya. Ini sangat penting karena akan mengarah pada kebermanfaatan, keberkahan, dan pada akhirnya kemaslahatan. Sebaliknya, jika seorang wirausahawan beroperasi tanpa dasar ilmu, dapat berujung pada tindakan yang sembarangan, tidak cermat, atau bahkan merugikan diri sendiri. Oleh karena itu, prinsip keilmuan sangatlah esensial. Dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Rasulullah Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam bersabda, "Menuntut ilmu adalah kewajiban bagi

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

setiap Muslim. ” Hadis ini mengingatkan kita agar setiap langkah diambil berdasarkan ilmu, bukan sekadar asumsi atau prasangka.

Prinsip ketiga dalam etika bisnis Islam adalah keadilan. Keadilan berarti menempatkan segala sesuatu pada proporsinya, yakni memberikan hak kepada setiap individu sesuai dengan kadar dan kepatutannya. Perilaku adil menjadi cerminan utama dalam wirausaha syariah dan harus diterapkan dalam seluruh aktivitas. Sebagai contoh, pelayanan kepada orang kaya dan miskin harus diperlakukan sama; tidak seharusnya ada perbedaan dalam pelayanan hanya karena status ekonomi. Keadilan ini menciptakan keseimbangan dalam transaksi, baik antara pedagang dan pembeli, maupun dalam interaksi sosial lainnya. Sebagaimana diungkapkan dalam Al-Qur’an surat An-Nahl ayat 90, “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. ”

Dari ayat yang telah disebutkan sebelumnya, dijelaskan bahwa tindakan yang adil akan mendekatkan seseorang kepada kebaikan dan ketakwaan, dan hal ini juga relevan dalam dunia bisnis.

Prinsip keempat yang penting dalam etika bisnis syariah adalah tanggung jawab. Tanggung jawab di sini mengacu pada kemampuan untuk menerima segala konsekuensi dari tindakan dan ucapan yang telah dilakukan. Misalnya, seorang pedagang yang menyediakan barang dan jasa harus bertanggung jawab atas kualitas dan kuantitas yang ditawarkannya. Kepemilikan tanggung jawab terhadap produk yang dijual adalah hal yang sangat penting dalam berbisnis, karena dari tanggung jawab ini, kepercayaan konsumen akan terbangun.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

Semakin tinggi kepercayaan yang diberikan konsumen, semakin positif dampaknya bagi pedagang tersebut. Sebaliknya, jika pedagang mengabaikan tanggung jawab dan bersikap acuh, konsumen pasti akan menjauh. Dengan demikian, tanggung jawab ini tidak hanya mencakup produk saja, tetapi juga setiap tindakan dan ucapan yang terjadi dalam konteks bisnis. Sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an surat As-Shaffat ayat 22-24 yang menyatakan bahwa orang-orang zalim dan yang mereka sembah selain Allah akan diminta pertanggungjawaban.

Prinsip kelima adalah kebebasan. Dalam dunia bisnis, kebebasan bukan berarti bertindak semau kita tanpa pedoman. Kebebasan ini harus diarahkan oleh aturan dan ketentuan yang ada. Seorang wirausaha memiliki kebebasan untuk menentukan barang yang akan ditransaksikan serta untuk melakukan aktivitas bisnisnya tanpa paksaan. Namun, perlu dipahami bahwa kebebasan ini tidak bersifat mutlak. Kebebasan dalam berbisnis harus selaras dengan prinsip syariah, seperti bertransaksi dalam hal-hal yang halal, menerapkan cara-cara yang islami, serta menjaga komunikasi dengan baik dan sopan.

Prinsip keenam adalah kebajikan (ihsan). Dalam konteks kewirausahaan, berbuat baik mencakup banyak aspek, seperti bijak dalam berbicara, bersikap, dan mengambil keputusan. Kebijakan ini seharusnya diterapkan kepada rekan bisnis, konsumen, pesaing, masyarakat, pemerintah, bahkan kepada hewan dan lingkungan.

Prinsip ketujuh adalah mencari yang halal dan menjauhi yang haram. Halal adalah segala sesuatu yang diizinkan oleh Allah Ta'ala

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

untuk dikonsumsi dan dimanfaatkan, sementara haram adalah yang dilarang untuk didekati atau digunakan (Jazil & Hendrasto, 2021).

Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Bisnis Islam

Untuk mencapai kepuasan pelanggan dalam perspektif bisnis Islam memerlukan perhatian pada beberapa hal penting. Pertama, barang yang dikonsumsi haruslah halal, baik dari segi zat maupun cara perolehannya. Selain itu, konsumsi tersebut tidak boleh bersifat *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang Muslim tidak ditentukan oleh banyak atau sedikit barang yang dikonsumsi, melainkan oleh seberapa besar nilai ibadah yang dapat diperoleh dari konsumsi tersebut. Jika suatu barang berpotensi menimbulkan mudharat, hal tersebut harus dihindari, sebab konsekuensi dari mudharat cenderung lebih besar dibandingkan manfaat yang sangat sedikit. Dengan demikian, perilaku konsumsi seorang Muslim seharusnya senantiasa mengacu pada tujuan syariat, yaitu memelihara maslahat dan menghindari mudharat (Yusniar, 2024).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml dan Bitner, terdapat berbagai faktor yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Pertama, fitur produk dan jasa menjadi salah satu elemen kunci; tingkat kepuasan pelanggan sangat bergantung pada penilaian mereka terhadap berbagai fitur yang ditawarkan. Selain itu, emosi pelanggan juga memiliki peranan penting dalam membentuk persepsi mereka terhadap produk atau jasa. Keadaan emosional ini bisa bersifat stabil, seperti suasana hati atau kepuasan hidup secara umum. Pikiran dan perasaan pelanggan, baik yang positif maupun negatif, dapat secara signifikan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

memengaruhi respons mereka terhadap layanan yang diberikan (Syafiq, 2019).

Hubungan antara Etika Bisnis Syariah dengan Kepuasan Pelanggan

Etika bisnis syariah memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa prinsip dalam etika bisnis syariah yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan antara lain:

- a. Kejujuran: Dalam bisnis syariah, kejujuran sangat ditekankan, termasuk dalam interaksi dengan pelanggan. Hal ini mencakup transparansi informasi mengenai produk dan harga yang ditawarkan.
- b. Transparansi: Transparansi harus dijunjung tinggi dalam semua aspek bisnis syariah, mulai dari kualitas produk, harga, hingga proses produksi.
- c. Tanggung Jawab Sosial: Perusahaan yang mengikuti prinsip syariah memiliki kewajiban sosial untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis mereka tidak merugikan masyarakat dan lingkungan sekitar.
- d. Keadilan: Prinsip keadilan juga menjadi landasan bagi bisnis syariah, di mana pelanggan harus diperlakukan secara adil dan bebas dari diskriminasi.

Penerapan etika bisnis syariah dapat memberikan dampak positif pada kepuasan pelanggan dengan berbagai cara, seperti:

- a. Meningkatkan Kepercayaan: Dengan menerapkan etika bisnis syariah, kepercayaan pelanggan terhadap bisnis dapat meningkat, yang pada gilirannya menghasilkan loyalitas dan kepuasan yang lebih tinggi.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

- b. Meningkatkan Kualitas Pelayanan: Etika bisnis syariah dapat membantu dalam peningkatan kualitas pelayanan, sehingga pelanggan merasa lebih puas dengan pengalaman yang mereka dapatkan.
- c. Meningkatkan Kepuasan: Secara keseluruhan, penerapan etika bisnis syariah berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong mereka untuk kembali dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Dengan demikian, etika bisnis syariah tidak hanya berkontribusi pada prinsip moral, tetapi juga pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Implementasi Peran Etika Bisnis Syariah dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Berikut adalah contoh implementasi dari peran etika bisnis syariah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan:

- a. BSI mengedepankan prinsip transparansi dan keadilan dalam produk pembiayaan, seperti akad murabahah dan mudharabah. Dalam hal ini, nasabah diberikan informasi yang jelas dan mendetail mengenai margin keuntungan, risiko, serta hak dan kewajiban mereka. Dengan demikian, nasabah merasa puas karena tidak ada biaya tersembunyi atau penipuan yang terjadi. Pendekatan ini pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan kepercayaan nasabah terhadap bank (Rachmawati, S. et al. 2022).
- b. Wardah berkomitmen untuk menjaga kehalalan produk mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses produksi. Selain itu, mereka aktif mengedukasi konsumen tentang pentingnya kosmetik halal serta menghindari unsur-unsur haram. Dengan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

langkah ini, pelanggan, terutama wanita Muslim, merasa puas dan aman saat menggunakan produk Wardah. Mereka juga merasakan penghargaan yang tinggi karena Wardah menyesuaikan nilai produknya dengan keyakinan yang mereka pegang (Azkia & Novita, 2021).

- c. Tokopedia Salam menyediakan layanan khusus yang fokus pada produk halal serta zakat dan infaq digital. Dan juga secara hati-hati menyaring produk yang ditawarkan agar selaras dengan prinsip syariah, serta menerapkan transparansi harga. Kami juga berkomitmen untuk tidak menjual barang-barang yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, pelanggan Muslim dapat merasa nyaman dan puas saat bertransaksi, karena semuanya sesuai dengan ajaran agama mereka (Rizky, 2023).

Tantangan dan Solusi dalam Penerapan Etika Bisnis Syariah untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

➤ Tantangan Penerapan Etika Bisnis Syariah

Penerapan etika bisnis syariah menghadapi beberapa tantangan signifikan, antara lain:

- a. Kurangnya Pemahaman tentang Etika Syariah: Masih banyak pelaku bisnis yang belum sepenuhnya memahami prinsip-prinsip syariah dalam konteks bisnis (Hermawan, 2021).
- b. Inkonsistensi Praktik di Lapangan: Terdapat ketidaksesuaian antara nilai-nilai yang diklaim dan kenyataan yang diterapkan dalam praktik (Rahmawati, 2022).
- c. Tekanan Persaingan Pasar: Dorongan untuk mencapai efisiensi sering kali membuat pelaku bisnis mengabaikan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

prinsip-prinsip etika yang seharusnya dijunjung tinggi (Yusuf, 2020).

- d. Kurangnya Edukasi Konsumen: Tidak semua konsumen memahami atau menghargai pentingnya pendekatan syariah dalam bisnis (Sari, 2023).
- e. Minimnya Regulasi dan Pengawasan: Di sektor non-keuangan, pengawasan terhadap praktik syariah masih tergolong lemah (Maulana, 2021).

Oleh karena itu, tantangan-tantangan ini harus diatasi agar penerapan etika bisnis syariah dapat berlangsung dengan lebih efektif dan berkelanjutan.

➤ **Solusi untuk Menghadapi Tantangan dalam Penerapan Etika Bisnis Syariah**

Untuk menghadapi tantangan yang ada, beberapa solusi berikut yang dapat diimplementasikan:

- a. Pelatihan Etika Syariah: Mengadakan pelatihan bagi sumber daya manusia mengenai prinsip-prinsip etika syariah (Nasution, 2022).
- b. Audit dan Pengawasan Internal: Menyusun standar operasional yang berlandaskan syariah serta melakukan audit secara berkala (Amin, 2021).
- c. Edukasi Konsumen: Melakukan sosialisasi mengenai pentingnya etika bisnis Islam kepada para pelanggan (Fitriani, 2023).
- d. Kolaborasi dengan Dewan Syariah: Mengikutsertakan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam proses perumusan kebijakan dan pengawasan (Hidayat, 2020).

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

- e. Inovasi Produk Halal: Menciptakan produk dan layanan yang kompetitif, sembari tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah (Anshori, 2022).

5. SIMPULAN

Etika bisnis syariah berperan sangat penting dalam menciptakan sistem bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menekankan tanggung jawab moral dan spiritual. Di tengah globalisasi dan persaingan bisnis yang kian ketat, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis syariah menjadi semakin relevan dan dibutuhkan. Etika ini mencakup nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, serta larangan atas praktik-praktik yang merugikan, seperti riba, gharar, dan penipuan. Prinsip-prinsip tersebut memberikan kerangka yang solid dalam membentuk perilaku bisnis yang bermoral, adil, dan transparan.

Tujuh prinsip utama dalam etika bisnis syariah ketauhidan, keilmuan, keadilan, tanggung jawab, kebebasan, kebajikan, dan komitmen terhadap kehalalan menjadi landasan bagi pelaku usaha untuk menjalankan aktivitas bisnis yang selaras dengan syariat Islam. Sebagai contoh, ketauhidan mengingatkan kita bahwa setiap aktivitas bisnis adalah bentuk pengabdian kepada Allah, sehingga harus dilakukan dengan niat yang benar dan sikap yang bertanggung jawab. Prinsip keilmuan menekankan pentingnya dasar pengetahuan yang memadai untuk setiap tindakan bisnis, agar tidak menimbulkan kerugian bagi diri sendiri maupun pihak lain. Keadilan dan tanggung jawab mengajak pelaku bisnis untuk bersikap proporsional, memberikan hak kepada semua pihak, serta bertanggung jawab atas setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

Dalam konteks kepuasan pelanggan, penerapan etika bisnis syariah secara langsung berpengaruh pada peningkatan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Konsumen yang merasa diperlakukan secara adil, memperoleh informasi yang transparan, dan mendapatkan produk yang halal serta bermanfaat, akan lebih puas dan lebih cenderung untuk setia kepada perusahaan. Ini menunjukkan bahwa etika syariah tidak hanya berfungsi sebagai panduan moral, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang efektif untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam perspektif Islam, kepuasan pelanggan juga meliputi aspek spiritual, di mana konsumsi barang dan jasa dinilai berdasarkan kesesuaiannya dengan nilai-nilai syariat, bukan sekadar dari kuantitas atau harga.

Contoh nyata penerapan etika bisnis syariah yang berhasil, seperti pada BSI, Wardah, dan Tokopedia Salam, menunjukkan bahwa pendekatan ini dapat diimplementasikan secara konkret dan memberikan dampak positif terhadap persepsi serta kepuasan konsumen. Melalui prinsip transparansi, keadilan, edukasi konsumen, dan komitmen terhadap produk halal, perusahaan-perusahaan ini mampu menciptakan nilai tambah dan meningkatkan loyalitas pasar, terutama di kalangan konsumen Muslim.

Walaupun demikian, penerapan etika bisnis syariah tidak terlepas dari berbagai tantangan. Kurangnya pemahaman pelaku usaha terhadap prinsip-prinsip syariah, ketidaksesuaian antara nilai dan praktik, tekanan dari kompetisi pasar, rendahnya apresiasi konsumen terhadap pendekatan syariah, serta lemahnya pengawasan, merupakan kendala yang harus diatasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif, termasuk

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

penyelenggaraan pelatihan tentang etika syariah, edukasi kepada konsumen, penguatan audit internal berbasis syariah, kolaborasi dengan Dewan Pengawas Syariah, serta inovasi dalam menciptakan produk dan layanan yang sesuai syariah dengan tetap memperhatikan daya saing di pasar.

Dengan demikian, etika bisnis syariah memegang peranan strategis dalam membangun ekosistem bisnis yang berkelanjutan, etis, dan berorientasi pada kesejahteraan umat. Penerapannya tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi keberlangsungan bisnis dan harmoni sosial. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha dan pemangku kebijakan untuk terus mendorong internalisasi nilai-nilai syariah dalam setiap aspek kegiatan bisnis guna mewujudkan masa depan yang lebih beretika, adil, dan penuh berkah.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. (2016). Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6(1), 133-142.
- Amin, S. (2021). Peran Audit Syariah dalam Bisnis Islami. *Jurnal Akuntansi Syariah*, 9(1).
- Anshori, M. (2022). Strategi Inovasi Bisnis Syariah dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Bisnis Islam*, 10(2).
- Azkie, N., & Novita, D. (2021). Strategi Wardah dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan melalui Etika Bisnis Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 9(1), 45–56.
- Fitriani, L. (2023). Literasi Syariah dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, 8(3).
- Harahap, S. (2022). *Etika Bisnis Syariah dan Implementasinya dalam Praktik Bisnis Modern*. Yogyakarta: UMM Press.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

- Hermawan, D. (2021). Etika Bisnis Syariah dan Implementasinya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(2).
- Hidayat, R. (2020). Peran DPS dalam Etika Bisnis. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 8(2).
- Jazil, T., & Hendrasto, D. N. (2021). *Prinsip & Etika Bisnis Syariah*. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS).
- Lani, I., & Nurhalimah, H. (2022). Peran etika bisnis dalam organisasi syariah: Perspektif dan penerapan dalam dunia kerja. *Jurnal Manajemen Islam*, 14(2), 105-118.
- Maulana, A. (2021). Kebijakan Pengawasan Etika Syariah pada UMKM. *Jurnal Manajemen Syariah*, 7(2).
- Nasution, H. (2022). Penerapan Etika Islam dalam Bisnis: Studi Implementasi di Lembaga Keuangan Syariah.
- Rachmawati, S., Amalia, L., & Fauzan, R. (2022). Transparansi Produk Pembiayaan dan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 123-134.
- Rahmawati, D. (2022). Tantangan Etika Bisnis Syariah dalam Industri Halal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1).
- Rizky Amalia. (2023). “Analisis Tokopedia Salam sebagai Inovasi Bisnis Syariah Digital”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 11(3).
- Sabrina, C. Z. S., & Rialdy, N. (2024). Peran Etika Bisnis Syariah dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *JOSES: Journal of Sharia Economics Scholar*, 2(4), 24-28.
- Sari, N. (2023). Persepsi Konsumen Terhadap Etika Bisnis Syariah. *Jurnal Kajian Syariah*, 11(1).
- Sari, R., & Fitriani, L. (2020). Pengaruh Etika Bisnis Syariah terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 5(2), 101–113.
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam. *Jurnal El-Faqih*, 5(1), 97-113.
- Yusniar, N. (2024). Kepuasan pelanggan dalam bisnis syariah: Pendekatan dari sisi konsumsi halal dan manfaat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 16(4), 150-162.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v5i1.24273>

Yusuf, M. (2020). Etika Bisnis Islam: Tantangan dan Solusi dalam Dunia Modern. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 8(3).

Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Penerbit Yogyakarta