

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis bukanlah hal yang asing dan baru bagi masyarakat Islam, karena sejak Islam lahir di semenanjung Arab kegiatan bisnis sudah dimulai disana dan salah satunya tentu saja pembawa agama Islam, Muhammad SAW. Bisnis atau dunia perdagangan telah lama digeluti oleh masyarakat Islam, dan sejak dari zaman Rasulullah SAW dunia menjadi salah satu andalan bagi umat Islam sebagai lapangan pekerjaan dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hidup orang banyak. Menurut sejarah perkembangan bisnis umat Islam sangatlah baik, hal itu dibuktikan dengan berhasilnya seorang Muhammad dalam setiap melakukan bisnis. Hal itu pula yang kemudian ditiru dan dilaksanakan oleh para sahabat-sahabat Beliau.¹

Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan yang sekecil apapun untuk mencukupi berbagai kebutuhannya. Dan karena hal itulah, akhirnya manusia selalu berusaha untuk mendapatkan apa yang ia harapkan dan salah satunya adalah harta kekayaan. Dengan tujuan itulah akhirnya manusia berlomba-lomba bekerja mengejar tujuan tersebut dan salah satu ragam dari berbagai pekerjaan adalah bisnis. Oleh sebab itu Islam kemudian mewajibkan kepada umatnya untuk senantiasa bekerja dalam memenuhi segala kebutuhan hidup mereka.

Dalam hal mencari nafkah, umat Islam dituntut mencari segala karunia yang telah diturunkan oleh Allah di muka bumi ini. Karena di alam raya ini Allah telah menyediakan berbagai kebutuhan manusia untuk kehidupan mereka. Sebagaimana yang telah dijelaskan Allah melalui firman-Nya QS Al-A'raf: 10 yang berbunyi:

¹Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Ahmad Syifaul Anam (Semarang: Walisongo Press, 2009), hal. 75.

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشَةً قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “*Sesungguhnya, Kami telah menempatkan kamu sekalian di bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi itu (sumber-sumber) penghidupan ...*”²

Ayat tersebut jelas mengandung pengertian bahwa umat manusia (umat Islam) telah diberikan sumber-sumber kehidupan, berupa segala hal untuk mencukupi kebutuhan hidup. Dalam ajaran Islam sangat menekankan pentingnya mencari rizki dengan mengedepankan aspek kehalalannya, baik dari aspek cara memperolehnya, mengolahnya, maupun ketika menggunakannya.

Dengan demikian apa yang dilakukan manusia dalam rangka mencukupi kebutuhan dengan bekerja dapat dikategorikan dalam pengertian bisnis secara umum. Hanya saja jika kita sederhanakan yang disebut sebagai bisnis Islami adalah serangkaian aktifitas dan kegiatan bisnis manusia dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi oleh jumlah kepemilikan barang (harta atau jasa) termasuk di dalamnya segala keuntungannya dan semua itu ada batasan dalam cara memperoleh serta mendayagukannya. Artinya ada aturan halal haramnya.

Kata “bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*business*” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Jadi, ada dugaan bahwa makna dari kata bisnis itu adalah kesibukan yang berorientasikan pada profit/keuntungan. Upaya mendefinisikan istilah “bisnis” memang sangat beragam sekali, tergantung dari sudut pandang mana seseorang menafsirkannya. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.³ Sedangkan definisi bisnis Islami adalah usaha untuk mencukupi kebutuhan lewat proses penyediaan oleh produsen kepada konsumen dengan cara-cara serta aturan yang menurut syariat Islam diperbolehkan, baik cara memperolehnya, mengolahnya, maupun dari segi penggunaannya harus halal.⁴

² Alqur’an Karim dan Terjemahannya: surat Al-A’raf ayat 10 (Yogyakarta: UII Press, 2002)

³ Johan Arifin, *Etika...*, hal. 81-83.

⁴ *Ibid*, hal. 84.

Binis Islami yang dikendalikan oleh aturan halal dan haram, baik dari cara perolehan maupun pemanfaatan harta, sama sekali berbeda dengan bisnis non-Islami. Dengan landasan sekularisme yang bersendikan pada nilai-nilai material, bisnis non-Islami tidak memperhatikan aturan halal dan haram dalam setiap perencanaan, pelaksanaan dan segala usaha yang dilakukan dalam meraih tujuan-tujuan bisnis. Dari asas sekularisme inilah, seluruh bangunan karakter bisnis non-Islami diserahkan pada hal-hal yang bersifat bendawi dan menafikan nilai rupiah serta keterikatan pelaku bisnis pada aturan yang lahir dari nilai-nilai trasendental (aturan halal haram). Kalaupun ada aturan, semata bersifat etik yang tidak ada hubungannya dengan dosa dan pahala.

Dengan melihat karakter yang dimiliki, bisnis Islami hanya akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang Islami pula. Dalam lingkungan yang tidak Islami, sebagaimana yang kini terjadi, disadari atau tidak, disengaja atau tidak, suka atau tidak, pelaku bisnis Islami akan mudah sekali terseret dan sukar dalam kegiatan yang dilarang agama. Mulai dari uang pelicin saat perizinan usaha, menyimpan uang dalam rekening koran yang berbunga, hingga iklan yang tidak baik dan sebaliknya, bisnis non-Islami juga tidak akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang Islami kecuali ia mengubah dirinya menjadi bisnis yang memperhatikan nilai-nilai islam. Bisnis non-Islami dalam lingkungan Islami pasti akan berhadapan dengan aturan-aturan yang melarang segala kegiatan yang bertentangan dengan syariat.⁵

Islam sebagai sebuah agama yang mempunyai ajaran dan aturan yang sangat komprehensif jelas mengatur segala sesuatu berlandaskan nilai-nilai moralitas. Islam juga senantiasa mengajarkan akan pentingnya nilai-nilai spiritual tanpa meninggalkan nilai-nilai moralitas tersebut. Islam juga senantiasa mengajarkan akan pentingnya nilai-nilai spiritual tanpa meninggalkan nilai-nilai material dalam kehidupan umatnya. Hal itulah yang menjadi satu landasan dasar bahwa umat Islam harus menjadikan keduanya sebagai satu kesatuan dalam meraih tujuan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.

⁵ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2009), hal. 21.

Begitu juga dalam menjalankan sebuah usaha (bisnis), keseimbangan kedua nilai tersebut harus senantiasa menjadi pegangan bagi setiap pebisnis muslim yang menginginkan kesuksesan. Paradigma yang menganggap bahwa dalam berbisnis segala cara halal digunakan demi mendapatkan keuntungan harus jauh-jauh di buang. Sementara bisnis dengan berlandaskan etika Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis harus selalu menjadi prioritas dalam setiap langkah bisnis.⁶

Nabi Muhammad dalam menjalankan bisnis selalu berpedoman pada nilai-nilai Al-Qur'an dan hadits sehingga sesuai dengan hal tersebut bisnis yang dilakukan Nabi Muhammad sukses karena dalam berbisnis Nabi Muhammad menerapkan sikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghab dan tadtis, dan saling menguntungkan (mutual benefit principle) antara penjual dan pembeli yang sesuai dengan nilai-nilai Islam yang tertera dalam Al-Qur'an dan hadits.⁷

Komunitas Jogja Berdagang merupakan komunitas yang telah berdiri selama 3 Tahun sejak 2013. Komunitas Jogja Berdagang mempunyai 27 anggota pedagang yang masing-masing anggota memiliki kedai di Yogyakarta. Sekitar 75 persen dari anggota merupakan pedagang kuliner. Adapun kegiatan Komunitas Jogja Berdagang yaitu mengadakan pasar Jogja Berdagang yang dilaksanakan pada dua bulan sekali. Mengenai kegiatan menarik dalam acara tersebut, pihak panitia menawarkan paket makan gratis dibayar dengan do'a. Dengan cara pengunjung harus mendaftarkan minimal tiga orang ke panitia. Selanjutnya mereka diminta untuk berdo'a dengan khusyuk untuk Jogja Berdagang sambil difoto. Adapun kegiatan lain dari Jogja Berdagang adalah bakti sosial, pelatihan bisnis Islami, mengadakan piknik atau liburan dan sebagainya guna mempererat hubungan antar anggota dan juga ditujukan agar nilai-nilai keislaman dalam berbisnis senantiasa tertanam dalam jiwa para pedagang. Beberapa anggota Jogja Berdagang, selalu menerapkan jam istirahat

⁶ Johan Arifin, *Etika...*, hal. 5.

⁷ Muhammad Saifullah. "Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Rasulullah". Intitut Agama Islam Negeri Walisongo. *Jurnal Walisongo vol. 19 No. 1*, Mei 2011.

ketika sholat di kedainya, yaitu dengan cara menutup warung pada saat jam sholat tersebut dan dibuka kembali setelah satu jam kemudian.⁸

Komunitas Jogja Berdagang baru-baru ini ikut meramaikan pasar konsumsi Regional Yogya dan mereka mengklaim bisnis yang mereka jalani sudah sesuai dengan nilai-nilai bisnis Islami yang ditetapkan sesuai sunnah Rasulullah. Bahkan salah satu usaha yang dinaungi komunitas tersebut mengatakan bahwa barang yang dijual bebas dari riba. Hal ini peneliti dapatkan dari hasil wawancara kepada salah satu konsumen Komunitas Jogja Berdagang yang berinisial “S”.⁹ Dari hasil wawancara tersebut, peneliti menganggap Komunitas Jogja Berdagang merupakan salah satu komunitas bisnis yang menjalankan nilai-nilai bisnis Islam yang tertera pada Al-Qur’an dan hadits. Akan tetapi dalam perjalanan bisnisnya tidak semua para pebisnis dalam menjalankan bisnisnya berjalan dengan lancar.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul: **“Pengaruh Implementasi Nilai-nilai Bisnis Islami Terhadap Loyalitas Konsumen”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti kemukakan diatas dan untuk mempermudah pembahasan, maka peneliti memberikan perumusan masalah antara lain:

1. Bagaimana implementasi nilai-nilai bisnis Islami yang diterapkan oleh Komunitas Jogja Berdagang?
2. Bagaimana pengaruh implementasi nilai-nilai bisnis Islami yang diterapkan Komunitas Jogja Berdagang terhadap loyalitas konsumen?

C. Tujuan Penelitian

⁸ Wawancara dengan Bapak Arief (Ketua Komunitas Jogja Berdagang) pada 7 Agustus 2015, di Kedai Ayam Geprek Mbok Moro, Jalan Terban Yogyakarta, Jam 13.00.

⁹ Wawancara *pre-research* dengan berinisial “S” (salah satu konsumen Komunitas Jogja Berdagang) pada 17 Mei 2015, di Universitas Islam Indonesia, Jalan Kaliurang KM 14,5 Jam 14.15.

Setelah memperhatikan judul dari pembahasan ini serta berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Mengetahui implementasi nilai-nilai bisnis Islami yang di terapkan oleh Komunitas Jogja Berdagang.
2. Menganalisis pengaruh implementasi nilai-nilai bisnis Islami yang di terapkan oleh Komunitas Jogja Berdagang terhadap loyalitas konsumen.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat memperluas informasi dalam rangka menambah serta meningkatkan khasanah keilmuan di bidang bisnis Islami. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai sumbangan yang berguna dalam memperkaya koleksi dan ruang lingkup karya-karya penelitian lapangan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu rujukan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan topik yang berhubungan, dan juga sebagai tambahan ilmu pengetahuan untuk diterapkan dalam kondisi yang nyata dimasyarakat.

3. Bagi Komunitas Jogja Berdagang

Bagi Komunitas Jogja Berdagang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi serta diharapkan dapat memberikan sumbangan keilmuan secara tertulis demi peningkatan kesejahteraan dalam bidang ekonomi dan bisnis.

E. Telaah Pustaka

Kegiatan penelitian selalu berawal dari pengetahuan yang sudah ada, pada umumnya semua ilmuwan akan memulai penelitiannya dengan cara menggali apa-apa yang sudah ditemukan oleh ahli-ahli lain. Pemanfaatan terhadap apa-apa yang ditemukan oleh para ahli tersebut dapat dilakukan dengan mempelajari, mendalami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasikannya melalui laporan hasil penelitian

dalam bentuk skripsi, tesis, jurnal, atau karya ilmiah lainnya. Adapun telaah pustaka yang dilakukan oleh peneliti adalah menggali apa yang sudah dikemukakan oleh para peneliti terdahulu karena penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dari penelitian-penelitian terdahulu, diantaranya yaitu:

Penerapan Etika Bisnis dalam Islam pada Pengelolaan Produk Penjualan Swalayan Pamella 1 Yogyakarta merupakan penelitian skripsi yang di tulis oleh Rizky Triwibowo, mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa Pamella supermarket sudah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya, yaitu dengan menerapkan nilai-nilai keadilan dengan mengakomodasi pedagang kecil dan besar dalam penjualan, kebersihan dalam proses jual beli, serta tidak menggunkan unsur-unsur yang dilarang dalam agama seperti penipuan, judi dalam promosi barang serta standar prosedur barang yang dijual termasuk *display* yang ditampilkan agar sesuai dengan nilai-nilai Islami, kejujuran dalam hal transaksi terutama dalam harga yang ditawarkan dalam kejelasan uang pengembalian, tidak menjual barang-barang yang jelas keharamannya demi menjaga keselamatan masyarakat.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Chairul Hanifi yang berjudul “Pengaruh Quality Of Work Life Terhadap Kinerja Karyawan Pada Waroeng Spesial Sambal Yogyakarta”. Pada penelitiannya tahun 2014 Chairul menggunakan metode analisis regresi linear berganda yang diperoleh dengan menggunakan 130 responden yang merupakan karyawan pada Waroeng Spesial Sambal Yogyakarta yang seluruhnya merupakan populasi yang bersedia menjadi anggota sampel dalam penelitiannya. Hasil dari penelitian Chairul menunjukkan secara simultan seluruh variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja, tetapi jika secara parsial hanya variabel lingkungan kerja (X3) dan Rasa Bangga Terhadap Instusi (X4) yang berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kinerja adalah Rasa Bangga Terhadap Instusi.¹¹

¹⁰ Risky Triwibowo, Penerapan Etika Bisnis dalam Islam pada Pengelolaan Produk Penjualan Pamella Swalayan 1 Yogyakarta, *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia

¹¹ Chairul Hanifi, Pengaruh Quality Of Work Life Terhadap Kinerja Karyawan Pada Waroeng Spesial Sambal Yogyakarta, *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2014

Rizqi Anfanni Fahmi yang melakukan penelitian terkait Persepsi Karyawan Terhadap Penerapan Manajemen Berbasis Islam di Waroeng Grup Yogyakarta menyimpulkan bahwa Penerapan manajemen berbasis Islam yang terkait dengan manajemen Sumber Daya Manusia di Waroeng Group Yogyakarta secara umum telah berjalan baik. Hal ini dibuktikan dengan telah dilaksanakannya manajemen Sumber Daya Manusia berbasis Islam yang meliputi 1) Seleksi karyawan; 2) Spesialisasi keahlian; 3) Pendelegasian wewenang-peran dan tanggung jawab; 4) Upah dan sanksi 5) Sikap mental karyawan; 6) Pengembangan kompetensi dan pelatihan; 7) Hubungan antar manusia.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Randika Prawira Putra yang berjudul “Analisis Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Perusahaan Berbasis Islam” menyimpulkan bahwa adanya relevansi dan kesesuaian antara Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Islam dengan Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia pada Waroeng Grup Yogyakarta. dibuktikan dengan menggunakan menggunakan 11 kriteria, diantaranya: 1) kriteria manajer, 2) seleksi karyawan, 3) spesialisasi keahlian, 4) pendelegasian peran wewenang dan tanggung jawab, 5) upah dan sanksi karyawan 6) sikap dan mental karyawan, 7) penyelesaian perselisihan, 8) jaminan kesehatan dan kesejahteraan karyawan, 9) relationship karyawan, 10) evaluasi kinerja karyawan, 11) pendidikan, pelatihan dan pengembangan karyawan.¹³

Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Saifullah yang berjudul “Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah” menyimpulkan bahwa etika bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi gharar, tidak menimbun barang, tidak

¹² Rizqi Anfanni Fahmi, “Persepsi Karyawan Terhadap Penerapan Manajemen Berbasis Islam Di Waroeng Group Yogyakarta”, *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2013

¹³ Randika Prawira Putra, Analisis Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Perusahaan Berbasis Islam (Studi Kasus pada Perusahaan Waroeng Grup Management, Yogyakarta), *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2014

melakukan *al-ghab* dan *tadlis*, dan saling menguntungkan (*mutual benefit principle*) antara penjual dan pembeli.¹⁴

Penerapan Manajemen Syariah Dalam Usaha Bisnis merupakan penelitian skripsi yang di tulis oleh Romi Padli, mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa perusahaan Waroeng Steak and Shake telah menerapkan Manajemen Syariah dengan baik. Waroeng Steak and Shake dalam aktiviitas sehari-hari lebh mengedepankan nilai-nilai syariah, mengutamakan kehalalan produk, lebih banyak mengambil keberkahan serta member manfaat bagi lingkungan sekitarnya.¹⁵

Dari beberapa telaah pustaka yang telah diuraikan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Pada penelitian sebelumnya lebih banyak terfokus pada penerapan manajemen syariah di perusahaan berbasis Islam dan belum ada yang membahas tentang nilai-nilai bisnis Islami secara lebih detail, serta penelitian sebelumnya belum pernah membahas tentang Komunitas Jogja Berdagang. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti mencoba untuk menggali informasi lebih mendalam tentang pengaruh implementasi nilai-nilai bisnis Islami terhadap loyalitas konsumen pada Komunitas Jogja Berdagang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan melengkapi penelitian sebelumnya tentang nilai-nilai bisnis berbasis Islam.

F. Sitematika Pembahasan

Secara garis besar skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan beberapa sub bab, agar mendapat arah dan gambaran yang jelas mengenai hal yang tertulis, berikut ini sistematika pembahasannya secara lengkap:

¹⁴ Muhammad Saifullah. "Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Rasulullah".. Intitut Agama Islam Negeri Walisongo. *Jurnal Walisongo vol. 19 No. 1*, Mei 2011

¹⁵ Romi Padli, Penerapan Manajemen Syariah dalam Usaha Bisnis (Studi pada Waroeng Steak and Shake Outlet Cabang Jalan Kaliurang Km 14 Sleman Yogyakarta), *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2013

Bab I Pendahuluan, merupakan bagian yang menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, berisi teori-teori yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan, landasan dan juga sebagai awal dalam pengambilan hipotesa. Hal-hal yang dibahas dalam landasan teori adalah pengertian bisnis Islami, nilai-nilai bisnis Islami, serta loyalitas konsumen.

Bab III Metode penelitian, merupakan bagian yang menjelaskan tentang sifat dan jenis penelitian, subjek dan lokasi penelitian, teknik pengambilan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian, metode analisis data yang meliputi analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, pengujian hipotesis yang mencakup uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi (R^2).

Bab IV analisis data dan pembahasan, merupakan bagian yang memaparkan dan menjelaskan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan. Dalam penelitian ini membahas hal terkait sejarah berdirinya Jogja Berdagang, visi dan misi perusahaan, profil perusahaan, kemudian uji validitas dan uji reliabilitas, analisis deskriptif variabel, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, uji koefisien determinasi, kemudian diakhiri dengan hasil pembahasan dari penelitian.

Bab V Penutup, merupakan bagian akhir penelitian. Bagian ini memuat kesimpulan dan saran dari penelitian. Dalam bab ini menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta beberapa saran yang diperlukan guna pengembangan keilmuan ekonomi Islam pada masa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bisnis Islami