

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN PADA DEPO BANGUNAN

Vika Sofia Nanda

Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo; Indonesia

Correspondence E-mail: yikasofia17@gmail.com

DOI:

Article History

Submission : 13/09/2025

Revised : 11/10/2025

Accepted : 14/01/2026

Abstract

This study examines the application of Islamic business ethics in building customer loyalty at Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo. The implementation of Islamic values in business practices is essential, not only as moral guidance but also as a strategic factor in fostering customer trust and long-term loyalty. Islamic business ethics emphasize principles such as honesty, justice, responsibility, trustworthiness, and the prohibition of fraud, which are expected to influence customer satisfaction and loyalty. The purpose of this study is to analyze the application of Islamic business ethics, identify supporting factors, and examine their impact on customer loyalty at Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo. This research employs a qualitative descriptive approach with a field research design. Data were collected from primary and secondary sources. Primary data were obtained through direct observation and in-depth interviews with the business owner and employees, while secondary data were derived from documentation related to business operations. The research was conducted at Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo. Data collection techniques included observation, interviews, and documentation, and data analysis was carried out through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo consistently applies Islamic business ethics in its daily operations. Employees and management provide honest and fair services, avoid price manipulation, and transparently explain product quality to customers. Friendly, polite, and responsible service attitudes also strengthen customer relationships. The application of Islamic business ethics positively impacts customer loyalty, as reflected in repeat purchases and sustained trust. In conclusion, Islamic business ethics play a significant role in fostering sustainable customer loyalty and creating a trustworthy, ethically sound business environment.

Keywords: Business Ethics; Customer Loyalty; Islamic Values; Ponorogo; Trade.



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

PENDAHULUAN

Bisnis memiliki peran yang penting dalam aspek ekonomi dan sosial kehidupan masyarakat. Sejak awal, Islam telah memberikan ruang bagi aktivitas bisnis, sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah saw yang menjalankan kegiatan usaha dalam waktu yang cukup lama. Oleh sebab itu, bisnis menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah memberikan panduan yang jelas dalam menjalankan kegiatan usaha. Namun, bisnis sering kali dianggap sebagai sarana untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya, bahkan dengan cara-cara yang tidak etis dan melanggar norma (Syafiq, 2019).

Islam tidak memperbolehkan seseorang bekerja dengan cara yang salah hanya demi meraih tujuannya. Tindakan seperti menipu, berbuat curang, riba, menyuap, atau hal buruk lainnya tidak diperbolehkan dalam aktivitas bisnis. Dalam Islam sudah ada aturan yang jelas yang membedakan mana yang boleh dan mana yang tidak boleh, mana yang halal dan mana yang haram, serta mana yang benar dan mana yang salah. Allah swt telah menetapkan batasan-batasan tersebut agar setiap orang tidak merugikan orang lain demi kepentingannya sendiri. Aturan-aturan inilah yang disebut sebagai etika (Durin, 2020).

Dalam setiap kegiatan, terutama dalam dunia usaha, penerapan etika menjadi penting untuk menciptakan keharmonisan dan keseimbangan dalam hubungan antar manusia. Dunia bisnis juga harus tunduk pada prinsip etika bisnis, yaitu seperangkat aturan yang mengatur berbagai aspek dalam aktivitas usaha. Aturan ini mencakup relasi antara individu, perusahaan, industri, dan masyarakat secara keseluruhan. Etika bisnis mendorong para pelaku usaha untuk berbisnis secara adil, jujur dan mematuhi hukum yang berlaku (Maharti & Fahrullah, 2021).

Etika bisnis yang diterapkan dalam sebuah perusahaan berperan dalam membentuk nilai-nilai, norma, dan perilaku baik dari pimpinan maupun karyawan. Hal ini penting untuk membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan, mitra kerja, pemegang saham, dan masyarakat umum. Dengan menjalankan prinsip-prinsip etis dalam bisnis, perusahaan tidak hanya memperoleh keuntungan material, tetapi juga mendapatkan kepercayaan, citra positif, serta keberlanjutan usaha. Perusahaan yang konsisten dalam menjunjung nilai moral dan etika bisnis akan mampu menciptakan pelanggan yang setia, karena kepercayaan terhadap integritas Perusahaan (Azmi et al., 2020).

Adapun loyalitas pelanggan memiliki peran yang sangat penting bagi keberlangsungan suatu perusahaan maupun operasional usahanya. Konsumen yang loyal biasanya merupakan mereka yang merasa sangat puas terhadap produk serta pelayanan yang diberikan, sehingga dengan sukarela dan penuh semangat merekomendasikannya kepada orang lain. Seiring waktu, pelanggan setia ini tidak hanya terus membeli produk yang sama, tetapi juga memperluas kesetiaannya terhadap berbagai produk lain dari produsen tersebut. Pada akhirnya, mereka menjadi konsumen tetap yang terus mendukung perusahaan atau merek tertentu. Beberapa ahli menyatakan bahwa tingkat loyalitas yang tinggi ditunjukkan melalui peningkatan frekuensi pembelian dari perusahaan tertentu dibandingkan pesaingnya (Ardi, 2015).

Loyalitas pelanggan sebenarnya sangat berhubungan dengan bagaimana perusahaan menjalankan strategi pemasarannya. Apabila perusahaan ingin mendapat respon positif dari pembeli, perusahaan perlu memastikan jika produk dan layanannya harus membuat pelanggan merasa puas. Jadi, perusahaan punya tanggung jawab penuh untuk memberikan produk yang benar-benar memuaskan. Oleh karena itu semua kegiatan perusahaan sebaiknya diarahkan supaya pelanggan senang, karena hal itu juga yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan. (Budiarno et al., 2022).

Namun dalam praktiknya, bisnis sering kali dilihat sebagai sarana untuk meraih keuntungan maksimal dengan menekan biaya serendah mungkin. Dalam konteks ini, etika kerap kali dianggap sebagai hambatan yang mengurangi potensi laba, terutama dalam situasi persaingan global yang semakin ketat. Padahal, keuntungan tidak hanya berfungsi sebagai sumber keberlangsungan usaha, tetapi juga sebagai tolok ukur performa perusahaan dari waktu ke waktu, serta mencerminkan posisi perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Meski demikian, penting untuk diingat bahwa fokus pada keuntungan tidak boleh membuat perusahaan mengabaikan nilai-nilai etika dalam setiap kebijakan dan tindakannya. (Maulidya et al., 2019a)

Untuk bisa bersaing secara positif, para pelaku bisnis perlu menerapkan strategi yang tepat, salah satunya dengan menjadikan etika bisnis Islam sebagai panduan dalam bertindak dan mengambil keputusan. Etika ini diharapkan mampu membentuk loyalitas pelanggan yang kuat dalam menghadapi kompetisi pasar. Seiring dengan meningkatnya persaingan, terutama di sektor jasa yang menawarkan berbagai pilihan inovatif, keterkaitan antara loyalitas dan persaingan menjadi semakin signifikan. Loyalitas pelanggan sangat menentukan keberlangsungan suatu perusahaan,

dan hal tersebut bisa dicapai melalui pelayanan yang berkualitas yang didasari oleh nilai-nilai etika bisnis Islam dalam setiap aktivitas bisnisnya (Bahrudin & Zuhro, 2016).

Toko bangunan memiliki prospek jangkauan yang luas dalam menguasai pangsa pasar, hal ini dilihat dari permukiman yang semakin padat, banyak pembangunan rumah, kantor, gedung, jalan yang terus menggunakan bahan Bangunan dalam pembuatannya membuat toko bangunan menjadi salah satu usaha dagang yang diminati. Banyak toko perusahaan yang berdiri mulai dari perusahaan kecil hingga besar menjadikan persaingan baru dalam dunia bisnis. Pesatnya pertumbuhan toko bangunan terjadi di wilayah Ponorogo Jawa Timur, hal ini banyaknya permintaan konsumen dalam memenuhi untuk kontruksi bahan bangunan.

Diantara banyaknya toko bangunan yang tersebar di Ponorogo peneliti mengambil Depo Bangunan Mapan Jaya yang dijadikan sebagai objek penelitian, dengan alasan karena toko bangunan ini sudah lama berdiri sejak tahun 1986 sekitar 40 tahun Depo Bangunan Mapan Jaya menjalankan aktivitas bisnis di bidang material. Sebagai bisnis yang bergerak di industri yang kompetitif, perusahaan ini dituntut untuk tidak hanya menawarkan produk berkualitas tetapi juga membangun hubungan yang baik dengan pelanggan agar dapat mempertahankan loyalitas perusahaan.

Namun penerapan etika bisnis Islam di Depo Bangunan Mapan Jaya tidak terlepas dari berbagai kendala. Tantangan seperti kurangnya pemahaman karyawan baru mengenai prinsip-prinsip etika bisnis Islam, serta adanya permintaan pelanggan yang tidak sesuai dengan nilai syariat, menjadi faktor yang harus diatasi agar praktik bisnis Islami dapat berjalan secara konsisten. Hal ini menjadi penting untuk diteliti, mengingat loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana etika bisnis diterapkan dalam interaksi sehari-hari antara perusahaan dan konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara etika bisnis Islam dan loyalitas pelanggan. Misalnya, penelitian oleh Wardani dan Ridlwan menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada PT. Tanjung Abadi berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan, yang ditunjukkan melalui pembelian berulang dan rekomendasi kepada pihak lain (Wardani & Ridlwan, 2022). Penelitian lain oleh Maulidya juga menemukan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di hotel syariah di Bogor (Maulidya et al., 2019b). Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji

penerapan etika bisnis Islam dalam konteks toko bahan Bangunan seperti Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo.

Penelitian ini menjadi penting karena masih terbatasnya kajian mengenai penerapan etika bisnis Islam pada Depo Bangunan, khususnya di wilayah Ponorogo. Padahal, mayoritas penduduk Ponorogo adalah muslim, sehingga pendekatan bisnis berbasis nilai-nilai Islam dapat menjadi diferensiasi strategis bagi Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo. Hasil dari penelitian ini akan memberikan gambaran mendalam yang akan memberikan hasil atas tujuan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu untuk mendeskripsikan penerapan etika bisnis islam dalam membangun loyalitas pelanggan, mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat, dan menganalisis dampak dari penerapan etika bisnis islam dalam membangun loyalitas pelanggan pada Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan tujuan memperoleh pemahaman mendalam mengenai penerapan etika bisnis Islam di Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik, manajer, karyawan, serta pelanggan, yang dilengkapi dengan observasi langsung dan dokumentasi sebagai data pendukung. Dalam penelitian ini digunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber utama di lokasi penelitian melalui wawancara mendalam dengan para informan yang terlibat langsung dalam aktivitas operasional Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo. Data sekunder digunakan untuk mendukung dan melengkapi data primer, yang bersumber dari berbagai literatur relevan seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, internet, dan sumber tertulis lain yang berkaitan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan sebagai teknik utama untuk memperoleh data berupa keterangan lisan secara langsung melalui tanya jawab dan tatap muka dengan narasumber, khususnya terkait implementasi etika bisnis Islam dalam komunikasi dan pelayanan kepada pelanggan (Roosinda et al., 2021). Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas pelayanan, interaksi antara karyawan dan pelanggan, serta praktik bisnis yang berlangsung di lingkungan toko tanpa melakukan intervensi. Sementara itu, dokumentasi digunakan sebagai pelengkap untuk

memperkuat data hasil wawancara dan observasi, meliputi pencatatan lapangan, rekaman wawancara, dan foto kegiatan. Seluruh data yang terkumpul didokumentasikan secara sistematis dan digunakan sebagai bahan triangulasi guna meningkatkan keabsahan dan validitas temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penerapan Etika Bisnis Islam di Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo

Subbab ini menyajikan hasil penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam di Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo. Data diperoleh melalui wawancara dengan pemilik, manajer, karyawan, serta pelanggan, yang diperkuat dengan observasi langsung terhadap aktivitas pelayanan dan transaksi penjualan. Fokus hasil penelitian ini adalah menggambarkan bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan dalam praktik sehari-hari tanpa disertai analisis teoritis.

Tabel 1. Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam

No	Prinsip Etika	Temuan Lapangan
1	Kejujuran	Informasi produk disampaikan apa adanya, cacat barang dijelaskan
2	Keadilan	Harga sesuai pasar, tidak mengambil margin berlebihan
3	Amanah	Pesanan sesuai jumlah dan kualitas, janji ditepati
4	Tanggung Jawab	Barang rusak diganti, keluhan pelanggan ditangani

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 1, Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara nyata. Karyawan menyampaikan informasi produk secara jujur, termasuk jika terdapat kekurangan. Penetapan harga dilakukan secara wajar dan adil tanpa membedakan pelanggan besar maupun kecil. Amanah diwujudkan melalui ketepatan pesanan, sedangkan tanggung jawab terlihat dari kesediaan perusahaan mengganti barang rusak dan menangani keluhan pelanggan.

Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Etika Bisnis Islam

Subbab ini menyajikan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penerapan etika bisnis Islam di Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo. Data diperoleh dari wawancara dengan pemilik dan karyawan serta observasi aktivitas pelayanan.

Tabel 2. Faktor Pendukung dan Penghambat

No	Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
1	Kesadaran pemilik dan karyawan	Persaingan harga tidak sehat
2	Hubungan baik dengan pelanggan	Pemahaman karyawan baru terbatas
3	Budaya kerja jujur	Tekanan pasar

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Tabel 2 menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam didukung oleh kesadaran moral pemilik dan karyawan serta hubungan emosional yang baik dengan pelanggan. Namun, terdapat hambatan berupa persaingan harga yang ketat dan keterbatasan pemahaman karyawan baru terhadap prinsip etika bisnis Islam.

Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Pelanggan

Subbab ini menyajikan hasil penelitian mengenai dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap loyalitas pelanggan Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo.

Tabel 3. Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam

No	Aspek Dampak	Keterangan
1	Kepercayaan pelanggan	Pelanggan merasa aman dan nyaman
2	Loyalitas	Pelanggan kembali berbelanja
3	Reputasi usaha	Rekomendasi dari mulut ke mulut

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 3, penerapan etika bisnis Islam memberikan dampak positif terhadap meningkatnya kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan toko kepada orang lain.

Pembahasan

Penerapan Etika Bisnis Islam di Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo

Penerapan etika bisnis Islam di Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo menunjukkan kesesuaian yang kuat dengan prinsip-prinsip dasar etika Islam, khususnya kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa praktik kejujuran diterapkan secara nyata melalui keterbukaan informasi mengenai kualitas produk, termasuk penyampaian kondisi barang yang memiliki kekurangan. Dalam perspektif Islam, kejujuran merupakan fondasi utama dalam membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli. Al-Ghazali menegaskan bahwa kejujuran dalam muamalah merupakan kunci terciptanya hubungan yang berkelanjutan karena

melahirkan rasa aman dan kepercayaan (Sopingi, 2014). Temuan penelitian ini mengafirmasi pandangan tersebut, karena pelanggan yang menerima informasi apa adanya merasa dihargai dan tidak dirugikan. Dengan demikian, penerapan kejujuran di Depo Bangunan Mapan Jaya tidak hanya berfungsi sebagai tuntunan moral, tetapi juga sebagai strategi etis yang berkontribusi langsung terhadap pembentukan loyalitas pelanggan.

Prinsip keadilan dalam praktik bisnis Depo Bangunan Mapan Jaya tercermin dalam penetapan harga dan perlakuan terhadap pelanggan. Harga barang disesuaikan dengan standar pasar dan tidak menetapkan margin keuntungan secara berlebihan, serta tidak membedakan pelanggan berdasarkan jumlah pembelian. Prinsip ini sejalan dengan konsep keadilan dalam Islam yang mewajibkan pelaku usaha memperlakukan seluruh pihak secara adil dalam setiap transaksi muamalah. Abdurrahman (2017) menjelaskan bahwa keadilan dalam bisnis akan menciptakan kepuasan sekaligus ikatan emosional antara konsumen dan pelaku usaha. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa diperlakukan setara dan dihargai, sehingga mendorong kepercayaan dan kesetiaan. Dengan demikian, prinsip keadilan tidak hanya berimplikasi pada kepuasan sesaat, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan, yang menjadi dasar terbentuknya loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

Selain kejujuran dan keadilan, prinsip amanah menjadi unsur penting dalam penerapan etika bisnis Islam di Depo Bangunan Mapan Jaya. Amanah diwujudkan melalui ketepatan pemenuhan pesanan, baik dari segi jumlah, kualitas, maupun waktu pengiriman. Praktik ini sejalan dengan pandangan Nasution (2010) yang menyatakan bahwa amanah dalam bisnis berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan karena menciptakan rasa aman dan perlindungan hak konsumen. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa tidak dirugikan karena perusahaan berusaha menepati setiap janji yang telah disepakati. Hal ini memperkuat citra toko sebagai usaha yang dapat dipercaya. Dengan demikian, prinsip amanah berfungsi sebagai penguat kepercayaan pelanggan sekaligus menjadi modal sosial yang sangat penting dalam menjaga loyalitas pelanggan di tengah persaingan bisnis yang ketat.

Prinsip tanggung jawab (mas'uliyah) juga tampak jelas dalam praktik bisnis Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo. Tanggung jawab diwujudkan melalui kesediaan perusahaan mengganti barang rusak, menangani keluhan pelanggan, serta memberikan informasi secara transparan. Nurhayati dan Wasilah menegaskan bahwa tanggung jawab dalam bisnis syariah

mencakup pertanggungjawaban moral dan spiritual kepada Allah SWT, selain tanggung jawab sosial kepada konsumen. Beekun (2006) menambahkan bahwa tanggung jawab bisnis Islam meliputi tanggung jawab kepada Allah, konsumen, masyarakat, dan diri sendiri. Temuan penelitian mengafirmasi teori tersebut, karena praktik tanggung jawab di Depo Bangunan Mapan Jaya tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga menjaga integritas usaha. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis dalam perspektif Islam tidak hanya diukur secara material, tetapi juga dari kualitas tanggung jawab yang dijalankan.

Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Etika Bisnis Islam

Faktor pendukung utama penerapan etika bisnis Islam di Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo adalah kesadaran moral pemilik usaha dan karyawan terhadap pentingnya nilai-nilai Islam dalam berbisnis. Kesadaran ini menjadi dasar terbentuknya budaya kerja yang menjunjung tinggi kejujuran, amanah, dan keadilan. Beekun (2006) menyatakan bahwa etika bisnis Islam hanya dapat diterapkan secara efektif apabila pelaku usaha memiliki komitmen moral yang kuat dan menjadikan etika sebagai bagian dari budaya organisasi. Temuan penelitian ini mengafirmasi pandangan tersebut, karena konsistensi pemilik dalam menanamkan nilai etika mendorong karyawan untuk menjalankannya dalam aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, komitmen kepemimpinan menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan penerapan etika bisnis Islam di lingkungan perusahaan.

Faktor pendukung lainnya adalah hubungan yang erat antara karyawan dan pelanggan. Pelayanan yang ramah, sabar, dan jujur membangun kedekatan emosional yang memperkuat loyalitas pelanggan. Griffin menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya terbentuk dari kepuasan transaksi, tetapi juga dari kepercayaan dan keterikatan emosional yang dibangun melalui pengalaman positif secara konsisten (Moorhead & Griffin, 2008). Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa nyaman dan dihargai, sehingga cenderung kembali berbelanja. Hal ini menegaskan bahwa kualitas interaksi sosial dalam pelayanan memiliki peran strategis dalam membangun loyalitas pelanggan. Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya berdampak pada aspek moral, tetapi juga pada kualitas hubungan antara perusahaan dan pelanggan.

Di sisi lain, faktor penghambat penerapan etika bisnis Islam adalah persaingan pasar yang ketat. Adanya kompetitor yang menawarkan harga lebih murah dengan cara yang kurang etis berpotensi menjadi godaan bagi pelaku usaha untuk mengorbankan prinsip etika. Nasution

menyatakan bahwa tekanan persaingan yang tidak sehat sering kali menjadi tantangan utama dalam menjaga konsistensi etika bisnis. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa Depo Bangunan Mapan Jaya memilih untuk tetap berpegang pada prinsip Islam dengan keyakinan bahwa rezeki telah diatur oleh Allah SWT. Sikap ini menunjukkan integritas moral yang tinggi dan memperkuat identitas perusahaan sebagai usaha yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Faktor penghambat lainnya adalah keterbatasan pemahaman karyawan baru terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Perbedaan latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja menyebabkan tidak semua karyawan langsung memahami pentingnya nilai kejujuran dan tanggung jawab. Al-Ghazali menekankan bahwa internalisasi nilai moral harus dilakukan secara terus-menerus agar menjadi bagian dari perilaku individu (Sopingi, 2014). Temuan penelitian ini menunjukkan perlunya pembinaan dan pengarahan rutin agar seluruh karyawan dapat menerapkan etika bisnis secara konsisten. Dengan demikian, keberhasilan penerapan etika bisnis Islam sangat bergantung pada proses edukasi internal yang berkelanjutan.

Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Pelanggan

Penerapan etika bisnis Islam di Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo memberikan dampak positif terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan. Prinsip kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab menciptakan rasa percaya dan kenyamanan bagi pelanggan. Griffin menyatakan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam membangun loyalitas pelanggan (Srisusilawati et al., 2023). Temuan penelitian ini mengafirmasi teori tersebut, karena pelanggan yang merasa diperlakukan secara jujur dan adil cenderung melakukan pembelian ulang. Dengan demikian, etika bisnis Islam berfungsi sebagai faktor strategis dalam membangun loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Sikap amanah dalam memenuhi pesanan dan tanggung jawab dalam menangani keluhan pelanggan memperkuat citra Depo Bangunan Mapan Jaya sebagai usaha yang dapat dipercaya. Beekun (2006) menegaskan bahwa etika bisnis Islam tidak hanya menciptakan hubungan harmonis, tetapi juga membawa keberkahan dan keberlangsungan usaha jangka panjang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai perusahaan sebagai mitra yang bertanggung jawab, sehingga memperkuat loyalitas dan reputasi usaha. Hal ini membuktikan bahwa etika bisnis Islam memiliki implikasi nyata terhadap keberlanjutan usaha.

Dampak lain dari penerapan etika bisnis Islam adalah terbentuknya promosi dari mulut ke mulut. Pelanggan yang merasa puas dan percaya cenderung merekomendasikan toko kepada orang lain. Nasution menyatakan bahwa perilaku etis dalam bisnis menciptakan loyalitas jangka panjang yang didasari pengalaman positif secara konsisten (Hapsara et al., 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya berdampak pada pembelian ulang, tetapi juga memperluas jaringan pelanggan melalui rekomendasi alami.

Meskipun penerapan etika bisnis Islam berpotensi menurunkan margin keuntungan jangka pendek, manfaat jangka panjangnya jauh lebih besar. Beekun (2006) menegaskan bahwa penerapan etika memerlukan komitmen tinggi karena hasilnya bersifat jangka panjang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam memperkuat kepercayaan, reputasi, dan keberlangsungan usaha. Dengan demikian, etika bisnis Islam bukan hanya nilai normatif, tetapi strategi bisnis yang efektif dalam membangun loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan wakaf Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo telah menerapkan etika bisnis Islam secara konsisten dalam kegiatan operasionalnya. Penerapan tersebut tercermin melalui prinsip ketauhidan dengan memandang aktivitas bisnis sebagai bagian dari ibadah, sehingga orientasi usaha tidak semata-mata mengejar keuntungan, tetapi juga menjaga nilai spiritual. Prinsip kejujuran diwujudkan melalui penyampaian informasi produk secara terbuka dan akurat, prinsip amanah melalui pemenuhan pesanan sesuai kesepakatan, prinsip keadilan dengan memperlakukan seluruh pelanggan secara setara, serta prinsip tanggung jawab melalui kesediaan menerima keluhan dan mengganti barang yang rusak. Penerapan nilai-nilai tersebut terbukti mampu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Kekuatan penelitian ini terletak pada penggalan data lapangan yang mendalam melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup objek yang hanya berfokus pada satu perusahaan dan belum mengukur loyalitas pelanggan secara kuantitatif.

Sebagai rekomendasi, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian pada beberapa perusahaan sejenis agar diperoleh perbandingan penerapan etika bisnis Islam yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengombinasikan pendekatan kualitatif

dan kuantitatif untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan secara lebih objektif. Dari sisi praktis, Depo Bangunan Mapan Jaya Ponorogo perlu terus memperkuat pembinaan internal, khususnya bagi karyawan baru, agar pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam tetap konsisten. Meskipun penerapan etika bisnis Islam berpotensi mengurangi margin keuntungan jangka pendek, dampak positifnya terhadap kepercayaan, loyalitas pelanggan, dan keberlanjutan usaha jauh lebih besar. Oleh karena itu, konsistensi kepemimpinan dalam menjaga nilai-nilai etika Islam menjadi kunci utama agar etika bisnis tidak hanya menjadi slogan, tetapi benar-benar terinternalisasi dalam budaya kerja Perusahaan.

REFERENSI

- Ardi, M. (2015). Etika Bisnis dalam Ekonomi Islam. *Syariah*, 1(3). <http://www.ejournal.fiaiunisi.ac.id/index.php/syariah/article/view/37/33>
- Azmi, I., Permata, S., & Abidin, Z. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara. *Jurnal Adz-Dzabab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 36–44.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 1–17.
- Beekun, R. I. (2006). *Islamic Business Ethics*. International Institute of Islamic Thought (IIIT). [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=kiVcCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Rafik+Issa+Beekun,+Islamic+Business+Ethics+\(Herndon,+Virginia:+International+Institute+of+Islamic+Thought,+1997\),++25.&ots=QUKjzv-zns&sig=4WhybM1iDVwb7DGeoDXF88Kc09g](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=kiVcCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Rafik+Issa+Beekun,+Islamic+Business+Ethics+(Herndon,+Virginia:+International+Institute+of+Islamic+Thought,+1997),++25.&ots=QUKjzv-zns&sig=4WhybM1iDVwb7DGeoDXF88Kc09g)
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19(02), 226–233.
- Durin, R. (2020). Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis. *VALUTA*, 6(1), 32–40.
- Hapsara, O., Febrian, W. D., Nuzleha, N., Sani, I., Lustono, L., Yuni, N., Abdurohim, A., Karmila, M., Utami, R., & Yuliana, L. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa: Membangun Loyalitas Pelanggan*. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/565386/manajemen-pemasaran-jasa-membangun-loyalitas-pelanggan>
- Maharti, R. K., & Fahrullah, A. (2021). Penerapan Etika Bisnis Syariah dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Yayasan Aqiqoh Nurul Hayat Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 207–218.
- Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019a). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 11(2), 221–240.
- Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019b). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 11(2), 221–240.
- Moorhead, G., & Griffin, R. W. (2008). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations*. Dreamtech Press.

- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Zahir Publishing.
[https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=xmtgEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Fitria+Widiyani+Roosinda+et+al.,+Metode+Penelitian+Kualitatif+\(Zahir+Publishing,+2021\),+&ots=utJowRCKec&sig=nhII9PaPBr6fp218T9EZQpccYc4](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=xmtgEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Fitria+Widiyani+Roosinda+et+al.,+Metode+Penelitian+Kualitatif+(Zahir+Publishing,+2021),+&ots=utJowRCKec&sig=nhII9PaPBr6fp218T9EZQpccYc4)
- Sopingi, I. (2014). Etika Bisnis Menurut Al-Ghazali: Telaah Kitab Ihya' Ulum Al-Din. *Iqtishoduna*, 10(2), 142–148.
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., & Lestari, F. P. (2023). *Loyalitas Pelanggan*. Penerbit Widina.
<https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/6778/Content6778.pdf?sequence=4>
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam. *El-Faqih: Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam*, 5(1), 96–113.
- Wardani, Y. M., & Ridlwan, A. A. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan pada PT. Tanjung Abadi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(1), 37–52.