

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA USAHA AYAM POTONG MUJUR  
DI DESA SIKARA-KARA 1 KECAMATAN NATAL  
KABUPATEN MANDAILING NATAL**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memenuhi Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Oleh

**Maulana**

**NIM: 20090024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
MANDAILING NATAL  
TAHUN 2024**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maulana  
NIM : 20090024  
Tempat/Tgl Lahir : Natal, 18 Mei 2002  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Panggautan

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Ayam Potong Mujur di Desa Sikara-Kara I Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal" adalah benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang diambil dari sumbernya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang termuat di dalamnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan

2024



Maulana

Nim:20090024

STAIN MADINA


### LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Maulana, Nim 20090024 dengan judul "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Ayam Potong Mujur di Desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal" memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat diperlukan sepenuhnya

Panyabungan 2024

Pembimbing I

  
Arwin, M.A  
NIP. 198512162019031007

Pembimbing II

  
Sari Fitri, M.E  
NIP. 199006122019032017

STAIN MADINA

### LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Ayam Potong Mujur di Desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal" a.n Maulana, NIM. 20090024, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal Juli 2024.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Muhlisah Lubis, M.M NIP.198804142019082001	Ketua Sidang/Merangkap Penguji I		03/07/2024
2	Muhammad Ardiansyah, M.M NIP. 199007162019081001	Sekretaris Sidang/Merangkap Penguji II		01/07/2024
3	Sari Fitri, M.E NIP. 199006122019032017	Penguji III		18/07/2024
4	Arwin, M.A NIP. 198512162019031007	Penguji IV		19/07/2024

Mandailing Natal, Juli 2024  
Mengetahui  
Ketua STAIN Mandailing Natal

  
Prof. Dr. Sumper Mulia Harahap, M.Ag  
NIP. 197203132003121002

## ***ABSTRAK***

**Maulana (NIM: 20090024). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Ayam Potong Mujur Di Desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal.** penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada usaha ayam potong Mujur. Penelitian ini dilaksanakan di usaha ayam potong Mujur Di Desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal. Metode penelitian ini yang digunakan adalah kuantitatif dengan mendeskripsikan data menggunakan angka-angka. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel dari penelitian ini adalah 100 orang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data menggunakan uji t diperoleh hasil t hitung 5.310 dan t tabel pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,664, maka t hitung > t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada usaha ayam potong Mujur Di Desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal.

Kata kunci : *Etika Bisnis Islam dan Kepuasan Konsumen*



## ***ABSTRACT***

**Maulana (NIM: 20090024).** The Influence of Islamic Business Ethics on Consumer Satisfaction in the Lucky Broiler Chicken Business in Sikara-Kara 1 Village, Natal District, Mandailing Natal Regency. This research aims to determine the influence of Islamic business ethics on consumer satisfaction in the Mujur broiler chicken business. This research was carried out at the Mujur broiler chicken business in Sikara-Kara 1 Village, Natal District, Mandailing Natal Regency. This research method used is quantitative by describing the data using numbers. Sampling was carried out using purposive sampling technique. The sample of this research was 100 people using a quantitative approach. Data analysis using the t test obtained a calculated t result of 5.310 and a t table at the 5% significance level of 1.664, so  $t_{\text{calculated}} > t_{\text{table}}$ . This shows that there is an influence of Islamic business ethics on consumer satisfaction in the Mujur broiler business in Sikara-Kara 1 Village, Natal District, Mandailing Natal Regency.

Keywords: *Islamic business ethics and Consumer Satisfaction*



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Ayam Potong Mujur di Desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Manajemen Bisnis Syariah dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Skripsi ini di susun guna memenuhi tugas mata kuliah dan juga untuk khalayak ramai sebagai bahan penambah ilmu pengetahuan serta informasi yang semoga bermanfaat.

Skripsi ini di susun dengan segala kemampuan saya dan semaksimal mungkin. Namun, saya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tentu tidaklah sempurna dan masih banyak kesalahan serta kekurangan. Maka dari itu saya sebagai penyusun proposal ini mohon kritik, saran dan pesan dari semua yang membaca skripsi ini terutama Dosen yang kami harapkan sebagai bahan koreksi untuk saya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini berhasil dilakukan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang memberikan dukungan moral maupun material, karena itu dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Ayahku Basuki Aripin dan Ibuku Siti Saleha yang tercinta, atas segala nasehat dan do'a disepanjang hidup penulis, yang mana ayah dan ibu selalu memberikan kasih sayang, perhatian dan cinta yang tulus serta dukungan dan motivasi kepada penulis untuk meraih sesuatu yang terbaik dan bermanfaat didalam kehidupan.
2. Untuk kakak ku Grasela yang selalu memberikan do'a, semangat dan bantuan dalam bentuk moril yang semua penulis tidak dapat hargai dengan materi.

3. Bapak **Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag.** selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal yang telah memberikan persetujuannya terhadap judul skripsi yang peneliti ajukan.
4. Bapak **Andy Hakim, M.M** selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, yang telah memberikan izin dan persetujuan terhadap judul skripsi yang peneliti ajukan.
5. Ibu **Rizka Ar Rahmah, M.E**, Selaku dosen penasehat Akademik yang telah mendengarkan keluh dan kesah saya selama di bangku perkuliahan serta telah memberikan izin dan persetujuan terhadap judul skripsi yang peneliti ajukan.
6. Bapak **Arwin, M.A**, selaku Dosen pembimbing I skripsi saya yang telah memberikan arahan serta bimbingan, masukan dan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Ibu **Sari Fitri, M.E**, selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah memberikan pengarahan, masukan, dan dukungan kepada peneliti selama penulisan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Seluruh Bapak/ibu dosen Prodi Manajemen Bisnis Syariah, yang telah memberikan ilmunya selama peneliti kuliah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
9. Bapak Mujur dan Ibu Yeni selaku pemilik usaha Ayam Potong Mujur di Desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di tempat tersebut.
10. Buat sahabat terbaikku : Ali Hasan, Eka Anugerah, Rifwan Hamdi, Arpiahnur Lubis, yang telah banyak membantu dan membersamai proses penulisan dari awal proposal sampai tugas akhir skripsi, Terimakasih atas segala bantuan dan support dan kebaikan yang di berikan kepada peneliti selama ini.
11. dan teman-teman Manajemen Bisnis Syariah seperjuangan angkatan 2020 yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu namanya yang selalu memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis. Semoga persahabatan kita akan selalu terjalin selamanya.
12. Dan yang terakhir terima kasih kepada diri peneliti, yang masih tetap berdiri dan tegap dalam menghadapi proses dan liku- liku dalam hidup ini, walaupun



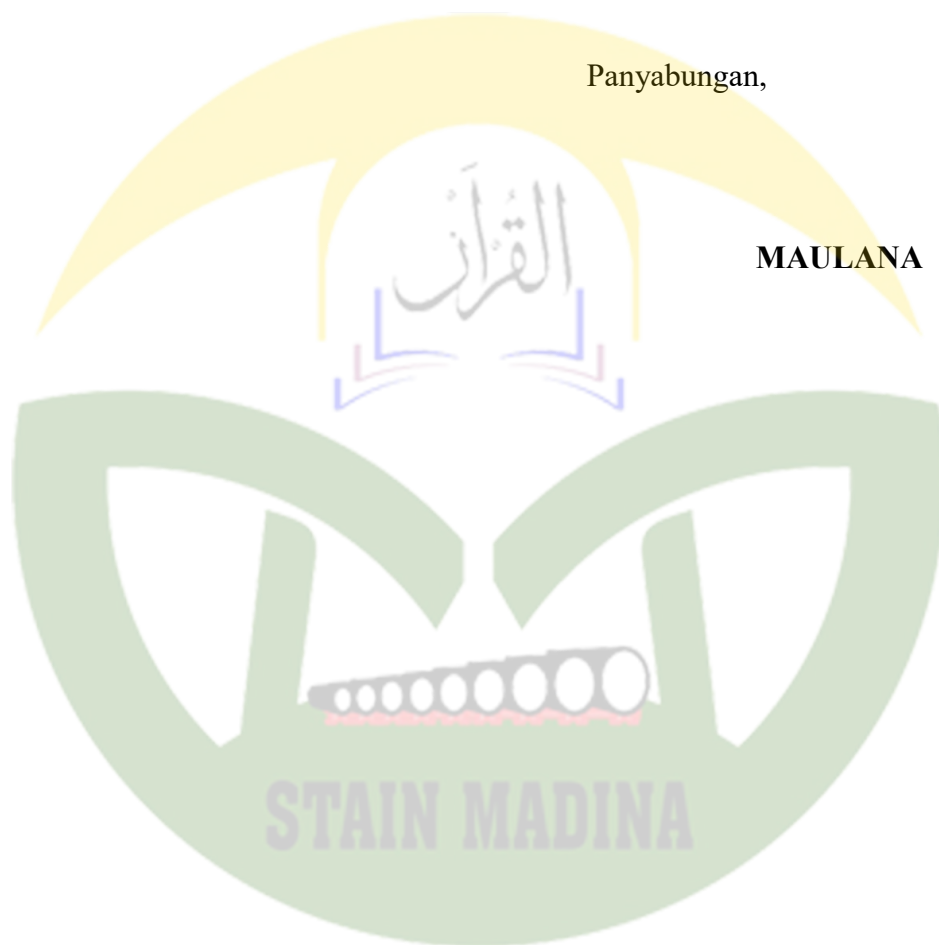
banyak masalah selama perkuliahan yang membuat jenuh dan ingin istirahat dalam perkuliahan ini, hebat kamu bisa melewatinya sampai di titik ini, Maulana

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis. Akhirnya peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, amin.

Panyabungan,

2024

**MAULANA**



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Perumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	7
F. Definisi Operasional Variabel.....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori.....	9
1. Etika Bisnis Islam.....	9
a. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	9
b. Pentingnya Etika Bisnis Islam.....	14
c. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam.....	15
d. Prinsip Etika Bisnis Islam.....	17
e. Fungsi Etika Bisnis Islam.....	21
f. Indikator Etika Bisnis Islam.....	21
2. Kepuasan Konsumen.....	25
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	25
b. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen.....	28
c. Manfaat Kepuasan Konsumen.....	29
d. Indikator Kepuasan Konsumen.....	29

e. Hubungan Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
B. Hasil Penelitian Yang Relevan .....	32
C. Kerangka Berpikir.....	34
D. Hipotesis Penelitian.....	34

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi dan waktu Penelitian .....	36
1. Lokasi Penelitian .....	36
2. Waktu Penelitian .....	37
C. Populasi Dan Sampel .....	38
1. Populasi .....	38
2. Sampel.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data .....	39
1. Observasi.....	39
2. Angket (Kuisisioner).....	40
E. Teknik Analisis Data .....	41
1. Uji Instrumen Penelitian .....	41
a. Uji Validitas.....	42
b. Uji Reabilitas.....	43
2. Uji Asumsi Klasik .....	43
a. Uji Normalitas.....	43
b. Uji Heterokedastisitas .....	44
3. Uji Regresi Linear Sederhana .....	45
4. Uji Hipotesis.....	45
a. Uji T .....	45
b. Koefisien Determinasi .....	46

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	48
1. Temuan Umum.....	48
2. Temuan Khusus .....	49

B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	51
1. Hasil Analisis Data .....	51
a. Uji Instrumen Penelitian.....	51
1) Uji Validitas .....	51
2) Uji Reliabilitas.....	53
b. Uji Asumsi Klasik.....	55
1) Uji Normalitas .....	55
2) Uji Heterokedastisitas.....	56
c. Uji Regresi Linear Sederhana.....	57
d. Uji Hipotesis .....	58
1) Uji T.....	58
2) Uji Koefisien Determinasi.....	59
2. Hasil Pembahasan .....	60
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan.....	32
Tabel 3.1 Rancangan Kegiatan.....	37
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....	40
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Pernyataan .....	41
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	49
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	50
Tabel 4.3 Usia Responden.....	51
Tabel 4.4 Uji Validitas Etika Bisnis Islam.....	52
Tabel 4.5 Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	53
Tabel 4.6 Uji Reabilitas Data Variabel.....	54
Tabel 4. 7 Uji Reabilitas Data Variabel.....	55
Tabel 4.8 Uji Normalitas .....	56
Tabel 4.9 Uji Regresi Linear Sederhana .....	57
Tabel 4.10 Uji T Parsial.....	58
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi.....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	34
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas <i>Scatterplots</i> .....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian

Lampiran 3 Surat Balasan Permohonan Penelitian

Lampiran 4 Lembar Kuisisioner

Lampiran 5 Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Etika Bisnis Islam X

Lampiran 6 Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen Y

Lampiran 7 Distribusi Nilai R Tabel

Lampiran 8 Output Hasil Uji Validitas Variabel Etika Bisnis Islam X

Lampiran 9 Output Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen Y

Lampiran 10 Output Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Lampiran 11 Output Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Lampiran 12 Output Hasil Uji Normalitas

Lampiran 13 Output Hasil Uji Heterokedastisitas *Scatterplots*

Lampiran 14 Output Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Lampiran 15 Output Hasil Uji T (Parsial)

Lampiran 16 Distribusi Nilai T Tabel

Lampiran 17 Output Hasil Uji Koefisien Determinasi

Lampiran 18 Dokumentasi Penelitian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia dengan populasi lebih dari 270 juta orang, menjadikannya salah satu pasar terbesar di Asia Tenggara. Sebagai negara dengan potensi ekonomi yang besar, Indonesia memiliki beragam karakteristik bisnis yang mempengaruhi perkembangan ekonominya (Badan Informasi Geospasial, 2019). Indonesia memiliki potensi besar dalam bisnis, oleh karena itu, pengembangan bisnis dapat menciptakan lapangan kerja dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, ini membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, pengembangan bisnis tidak hanya berdampak positif pada ekonomi, tetapi juga pada budaya, inovasi, dan aspek sosial di Indonesia. Dengan perhatian yang baik pada kualitas, keberlanjutan, dan kepuasan konsumen, bisnis dapat terus berkontribusi positif terhadap pertumbuhan negara (Sujatmiko, 2010)

Menurut ketentuan dalam Undang-Undang Inpres Nomor 4 Tahun 1995 tentang kewirausahaan nasional, kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Bisnis merupakan kegiatan usaha yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya alam secara efektif dan efisien, sehingga bermanfaat untuk kebutuhan masyarakat. Bisnis adalah sektor yang umumnya tumbuh di banyak wilayah, dan potensi keberhasilannya tergantung pada faktor seperti permintaan lokal, kualitas, lokasi, dan manajemen usaha.



Dalam berbisnis sangat memerlukan etika, supaya mengetahui baik atau buruk, benar atau salah.

Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu (Muhammad & Fauroni, 2002). Bisnis telah menjadi aspek penting dalam hidup manusia. Sangat wajar jika Islam memberi tuntunan dalam bidang usaha. Usaha mencari keuntungan sebanyak-banyaknya bahkan ditempuh dengan cara tidak etis telah menjadi kesan bisnis yang tidak baik. Etika bisnis Islam sangat baik untuk dikemukakan dalam era globalisasi yang terjadi di berbagai bidang dan kerap mengabaikan nilai-nilai etika dan moral. Oleh karena itu, Islam sangat menekankan agar aktivitas bisnis tidak semata-mata sebagai alat pemuas keinginan tetapi lebih pada upaya menciptakan kehidupan seimbang antara pembeli dengan penjual, sehingga berpengaruh pada kepuasan dari konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan senang atau kecewa yang terjadi ketika kinerja (hasil) produk dibandingkan dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan, dengan kualitas produk yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat, konsumen yang merasa puas akan suatu produk, maka umumnya terjadi konsumen akan terus menerus membeli dan menggunakannya (Kotler & Lane, 2018). Salah satu bentuk etika bisnis Islam dapat diwujudkan dalam bentuk kepuasan bagi konsumen, yang dimana etika bisnis Islam memiliki lima prinsip yaitu ketauhidan, keadilan, kebebasan, amanah, kejujuran, dari kelima prinsip etika bisnis Islam tersebut bahwasannya di dalam memilih suatu produk tidak hanya bergantung pada kualitasnya saja, tapi juga bergantung pada nilai yang dirasakan oleh konsumen, sebuah usaha harus menambahkan nilai yang dapat membuat konsumen mendapatkan apa yang mereka bayar atau lebih dari yang mereka harapkan, karena tujuan suatu bisnis selain untuk mendapatkan keuntungan juga menciptakan konsumen merasa puas (Syafiq, 2019)

Al-Qur'an memberikan perhatian khusus terhadap bisnis terlihat dalam Al-Qur'an dengan tidak melakukan bisnis sebagai cara memperoleh harta

dengan cara yang batil. Bahkan ditegaskan dalam al- Qur'an bisnis harus dilakukan dengan kegiatan yang halal atau legal. Seperti dalam (QS. An-Nisa/4:29) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۙ (النساء/4: 29)

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu*". (QS. An-Nisa/4:29).

Berdasarkan ayat di atas bahwa diantara kedua belah pihak saling terbuka saling mengetahui apa yang ditransaksikannya, dengan tidak melakukan perilaku penipuan, menyembunyikan kekurangan dari yang ditransaksikan, tanpa dengan kecurangan yang selanjutnya meninggalkan proses transaksi tersebut dalam keadaan saling ridho atau penuh dengan keridhoan, sehingga dengan adanya keridhoan antara penjual dan pembeli maka akan terciptanya keuntungan dari keduanya dan tidak ada yang merasa dirugikan dari salah satunya. Sehingga usaha bisnis yang dilakukan tidak sia-sia dan memberikan manfaat pada si penjual dan si pembeli.

Sebagai contoh usaha-usaha yang ada di provinsi Sumatera Utara, memiliki berbagai jenis usaha yang beragam, terutama di kabupaten Mandailing Natal. Kabupaten ini memiliki banyak ciri khas budaya, termasuk budaya Mandailing yang kaya dengan tradisi adat yang kuat. Sebagian besar penduduknya bermata pencaharian di sektor pertanian, perkebunan, perdagangan, serta sektor lainnya. Wilayah ini juga memiliki potensi pariwisata yang menarik, dengan keindahan alam dan budaya tradisional yang menarik. Namun kabupaten Mandailing Natal tidak luput juga memiliki berbagai jenis usaha, termasuk restoran, warung sembako, atau usaha-usaha lainnya.

Desa Sikara – Kara 1 terdapat dua usaha yang menjual ayam potong, yaitu usaha ayam potong Tomy dan usaha ayam potong Mujur, usaha kedua tersebut sama-sama usaha di bidang pangan, jarak antara usaha ayam potong

Mujur dengan ayam potong Tomy berjarak sekitar 1,5 km. Usaha ayam potong Tomy selain menjual ayam potong juga menerima jasa penggilingan bakso, sedangkan ayam potong Mujur hanya menjual ayam potong saja, persaingan usaha tersebut sangat ketat karena sama-sama memiliki konsumen yang banyak terutama konsumen yang berasal dari desa Sikara-Kara 1. Namun peneliti menerima keluhan dari konsumen yang berasal dari usaha ayam potong Mujur, yang membuat ada beberapa konsumen langganan yang pindah tempat ke usaha ayam potong Tomy, maka dari itu peneliti langsung berinisiatif untuk melakukan penelitian di usaha ayam potong Mujur.

Usaha ayam potong Mujur adalah usaha yang menjadi lokasi penelitian yang berlokasi di desa Sikara-Kara 1, Kecamatan Natal, Kabupaten Mandailing Natal. Etika bisnis Islam yang di terapkan di usaha ini masih menurut peneliti masih kurang, karena di etika bisnis Islam memiliki lima indikator yang menjadi acuan bagi pelaku bisnis yaitu tauhid, keadilan, kebebasan, amanah, dan kejujuran.

Adapun ciri-ciri pelaku bisnis yang menerapkan indikator tauhid yaitu tidak melalaikan sholat saat sedang berjualan di pasar, menutup kios atau gerai saat hendak sholat jumat, membayar zakat, melakukan sholat berjamaah, mengerjakan puasa wajib dan puasa sunah, percaya bahwa rezeki tidak akan pernah tertukar, berzikir dan selalu membaca Al-qur'an meskipun sedang berdagang, menyisihkan harta untuk menunaikan ibadah haji dan kepentingan agama, tidak membedakan pembeli.

Adapun ciri-ciri pelaku bisnis yang menerapkan indikator keadilan yaitu tidak melakukan penimbunan barang (ikhtikar), tidak mengurangi takaran, ukuran dan timbangan, selalu menjaga mutu serta kualitas barang yang dijual, tidak mencampur atau mengoplos barang yang dijual, memberikan upah kepada karyawan berdasarkan kualitas kerja dan memberikannya tepat waktu, tidak berbohong dan menyembunyikan kecacatan pada barang yang dijual.

Adapun ciri-ciri pelaku bisnis yang menerapkan indikator etika bisnis Islam kehendak bebas yaitu tidak melakukan rekayasa harga kepada pembeli, tidak menjelek-jelekan barang dagangan pedagang lain, memperbolehkan

pedagang lain untuk berjualan berdampingan meskipun menjual barang yang sama dan dapat berdagang barang apapun tanpa adanya batasan.

Adapun ciri-ciri pelaku bisnis yang menerapkan indikator tanggung jawab yaitu selalu menerima pengembalian jika terdapat kecacatan pada barang yang rusak atau cacat, memberikan upah sesuai dengan upah minimum regional, teguh dalam menjaga amanah yang diberikan, dan mengutamakan kepuasan konsumen

Adapun ciri-ciri pelaku bisnis yang menerapkan indikator kejujuran yang di dalamnya terdapat unsur kejujuran dan kebajikan yaitu pedagang memberikan kelongaran waktu kepada pihak yang belum sanggup membayar hutang, memberikan potongan tagihan hutang untuk mengurangi beban pihak yang terutang, selalu bersikap ramah terhadap pembeli, selalu berkata jujur dalam menjelaskan produk yang dijual.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti di usaha ayam potong Mujur pada sejumlah konsumen baik yang sudah berlangganan lama maupun konsumen yang masih baru, diperoleh informasi yang berupa masalah yang terjadi di usaha ayam potong Mujur yaitu, terdapat konsumen yang masih meragukan transparansi harga penjualan ayam potong, perlakuan yang berbeda terhadap konsumen, ketepatan pengukuran berat ayam potong.

Yang pertama kaitannya dengan indikator kebebasan, peneliti mewawancarai salah seorang konsumen dari usaha ayam potong Mujur dalam hal transparansi harga, *terjadi perbedaan harga antara konsumen yang sudah berlangganan di ayam potong mujur, yang dimana penjual memberikan harga yang berbeda, padahal mereka sama-sama konsumen yang sudah berlangganan lama (Suhardi, 2023).*

Yang kedua kaitannya dengan indikator kejujuran, peneliti mewawancarai salah seorang konsumen dari usaha ayam potong Mujur yaitu dalam hal perlakuan yang berbeda terhadap konsumen, *Penjual membedakan pelayanan penjualan antara konsumen yang sudah berlangganan lama, si penjual lebih memprioritaskan langganan yang membeli ayam potong secara tunai atau cash, dibandingkan pembelian secara kredit atau utang dan konsumen yang*

*membeli secara kredit penjual cenderung mempersulitnya, sebagai contoh, ketika konsumen tersebut ingin membeli 10 ekor ayam, penjual mungkin hanya memberikan 5 ekor dengan alasan stok habis, meskipun sebenarnya masih tersedia. Namun, jika konsumen membayar secara tunai, penjual tidak akan menyulitkannya, dan akan memberikan jumlah ayam yang diminta oleh konsumen tersebut (Romaisa, 2023).*

Yang ketiga kaitannya dengan indikator keadilan, peneliti mewancarai salah seorang konsumen dari usaha ayam potong Mujur yaitu mengenai permasalahan pengukuran berat timbangan ayam potong per kilogramnya, *konsumen masih meragukan ketepatan pengukuran berat ayam potong. Hal ini terjadi karena fisik ayam yang mungkin kecil, namun pengukuran timbangan ayam potong per kilogramnya terlihat berat atau ayam terlihat besar, sehingga penjual pun menaikkan harganya karena sesuai dengan pengukuran berat timbangan (Nova, 2023).*

Dari uraian di atas penulis ingin mengetahui lebih mendalam permasalahan ini dalam sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Usaha Ayam Potong Mujur di Desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Kurangnya transparansi harga dan kurangnya transparansi pengukuran berat timbangan perkilogram, sehingga konsumen merasa dirugikan.
2. Adanya perlakuan yang berbeda terhadap konsumen, sehingga memastikan bahwa setiap konsumen merasa tidak dihargai dan diperlakukan dengan tidak adil dalam pembelian tersebut.
3. Pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen.

## **C. Pembatasan Masalah**

Untuk menghindari terlalu meluasnya masalah yang dibahas penulis akan membatasi masalah pada pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada usaha ayam potong Mujur di Desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, apakah ada pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada usaha ayam potong Mujur di Desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal ?

#### **E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun dilakukannya penelitian ini adalah, untuk mengetahui apakah ada pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada usaha ayam potong Mujur di Desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal.

##### **2. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagi penulis, untuk menambah wawasan dan pengalaman bagi penulis dalam tahap pembinaan diri sebagai calon pendidik dan memberikan kemampuan serta keterampilan dalam menyusun karya ilmiah.
- b. Bagi usaha ayam potong mujur memberikan kontribusi dalam bentuk penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada usaha ayam potong Mujur.
- c. Bagi pembaca penelitian ini sebagai sumbangan bagi pembaca dan pihak lain yang dapat digunakan sebagai bahan informasi dan rujukan penelitian selanjutnya.

## F. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan cara penulis dalam menguraikan variabel yang sedang atau akan diteliti. Pada umumnya terdapat berbagai alternatif dalam pengukuran variabel. Saat penulis telah menentukan metode yang akan dilaksanakan dalam penelitian, maka pada saat dirumuskan pada sebuah narasi akan berubah menjadi defenisi operasional. Yang dimana variabel X “Etika Bisnis Islam” dan varibael Y “Kepuasan Konsumen”.

Etika bisnis Islam adalah landasan normatif yang bersumber dari ajaran Islam yaitu Al-Qur’an dan sunnah Nabi Muhammad saw, sehingga acuan bagi pelaku bisnis untuk menjalankan atau mengelola bisnis secara alami (Muslich, 2004).

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Saladin, 2016).

