

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA PENGEMBALIAN UANG DALAM  
BENTUK DONASI  
(Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya  
Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**OLEH**

**SUPRIADI**  
**NIM 1516130080**

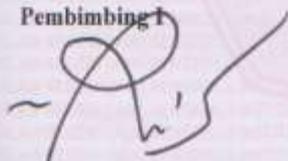
**PRODI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
BENGKULU, 2020M/1441H**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Supriadi NIM.1516130080 dengan judul **“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kembalian Uang Dalam Bentuk Donasi (Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu)”**. Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

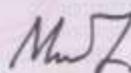
Bengkulu, 20 November 2019 M  
23 Rabi'ul Awal 1441 H

Pembimbing I



(Dr. Nurul Hak, M.A)  
NIP.196606161995031002

Pembimbing II



(H. Makmur, Lc, MA)  
NIP. 2004107601



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax. (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

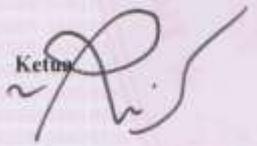
Skripsi yang berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengembalian Uang Dalam Bentuk Donasi" (Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu) Oleh Supriadi NIM. 1516130080 Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

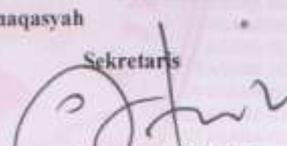
Hari : Jumat  
Tanggal : 17 Januari 2020 M/ 21 Jumadil Awal 1441 H

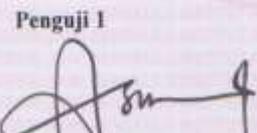
Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

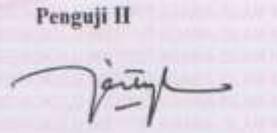
Bengkulu, 28 Januari 2020 M  
3 Jumadil Akhir 1441 H

Tim Sidang Munaqasyah

  
Ketua  
Dr. Nurul Hak, MA  
NIP.195707061987031003

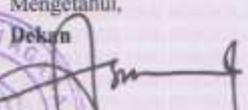
  
Sekretaris  
Kustin Hartini, MM  
NIP.202038102

Penguji I  
  
Dr. Asnaini, MA  
NIP.197304121998032003

Penguji II  
  
Miti Yarmunida, MA  
NIP.197705052007102002

Mengetahui,

Dekan

  
Dr. Asnaini, MA  
NIP.197304121998032003

## MOTTO

- Jika Kamu Ingin Bahagia, Terikatlah Pada Tujuan, Bukan Orang Atau Benda
- Strategi Ditambah Otak Sama Dengan Kemenangan
- Kesempatan Bukanlah Hal Yang Kebetulan, Kamu Harus Menciptakannya.
- Orang Sukses Alergi Dengan Kata Ngeluh

(SUPRIADI)

## Persembahan

Dengan mengucap rasa syukur, Alhamdulillahrabbi'l'Aalamiin atas anugrah Allah SWT yang dilimpahkan-Nya dan salawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi teladan bagi umatnya, sehingga terukir senyuman yang bahagia atas kemenangan yang diraih dari perjalanan yang begitu panjang dan penuh suka duka. Dengan rasa suka cita serta terima kasih yang mendalam kepersembahkan kenangan terindah dengan keberhasilan ini kepada:

1. Kedua orang tuaku, abaku tercinta Alm Kadri Hanafi dan Emakku tercinta Hasima yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, dan setiap pagi memberikan motivasi serta memberikan kata-kata berhentilah ngegame dan kerjakanlah skripsimu dan tidak henti-henti memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini dan selalu memberikan kasih sayangnya yang tidak mungkin bisa terbalaskan olehku serta selalu mengharapkan kesuksesanku dengan rela meneteskan keringat dan air mata lewat usaha dan do'a-do'a tulus agar cita-citaku tercapai. Semoga Allah selalu melindungi dan melimpahkan rahmat serta kasih sayang sebagaimana mereka menyayangiku.
2. Kepada kakakku dan adikku yang tercinta Nurmahartati, Herliyani, Erniyati, Emilda, Julyana, Heriyati, Susan, dan Gina yang telah mendo'akan, membantuku dan selalu memberikan semangat untukku. Semoga kita selalu bisa membanggakan kedua orang tua.
3. Ibu Lucy Auditya, M. Ak. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan nasehat dan bimbingan agar saya menjadi orang yang lebih baik.
4. Dr. Nurul Hak, MA,. selaku pembimbing I dan H. Makmur, Lc, MA, selaku pembimbing II yang bersedia mengulurkan waktu dan membimbingku dengan sabar serta memberikan arahan/masukan sehingga skripsi ini dapat

terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT.

5. Sahabat-sahabat seperjuanganku mahasiswa/i IAIN lokal Ekis C, Farizy, Anggi, Angga, Mardian, Bayu, Azmi, Learn, Leo, Perdian, Khalik, Fedra, Sari, Yessi, Shella, Yuni, Yelli, Meltesa, Yetti, Vina, Ria, Meisri, Melpi, Eni S, Nur, Muthoharoh, Zelmi, Susi, Eni D, dll yang telah mewarnai cerita hari-hari penuh canda tawa dan selalu saling menyemangati dengan cara-cara yang gokil penuh arti.
6. Sahabat-sahabat Meki, Aldi, Ucok Randa, dan Alif yang tidak bisa hidup tanpa bacot dan selalu menemani disaat mabar dan mendukung, menemani dengan suka duka disetiap langkah cerita yang tercipta.
7. Sahabatku Dang-Ding Yuni Suwasti, Farizy Asjara, Angga dan Anggi yang telah bersama-sama, yang siap menemani setiap hari menunggu dosen demi tujuan yang sama dan kalian teman tongkrongan terbaik.
8. Squad Jaya Lembak dan Butterfly Family yang setiap malam mengajarkan kerja sama team.
9. KKN kelompok 27 tahun 2018 Shella, Nurul, Yuli, Dede, Nur, Novi, Etmi, Iswanto, Ratih, Nisa, dan Ibu Yuli yang telah memberikan cerita dan menjadikan kebersamaan seperti keluarga.
10. Almamaterku tercinta IAIN Bengkulu.

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul **Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengembalian Uang Dalam Bentuk Donasi (Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu)** adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 19 November 2019 M  
22 Rabi'ul Awal 1441 H



wa yang menyatakan,

Supriadi

NIM 1516130080

## ABSTRAK

**“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengembalian Uang Dalam Bentuk Donasi (Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu)”  
Oleh Supriadi, Nim 1516130080**

Tujuan penelitian ini (1) untuk mengetahui kepuasan konsumen minimarket Alfamart Almahera II pada pengembalian uang dalam bentuk donasi di Kelurahan Surabaya dan (2) untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam pada pengembalian uang dalam bentuk donasi. Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data menggunakan data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan kepustakaan. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) kepuasan konsumen minimarket Alfamart Almahera II pada pengembalian uang dalam bentuk donasi menunjukkan ketidakpuasan, hal ini ditunjukkan dari 18 orang terdapat 12 orang yang menyatakan ketidakpuasan terhadap pengembalian uang dalam bentuk donasi dan 6 orang menyatakan kepuasan mengenai pengembalian uang dalam bentuk donasi. (2) tinjauan etika bisnis Islam pada pengembalian uang dalam bentuk donasi belum sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kebenaran karena terdapat konsumen yang tidak rela akan uang kembaliannya didonasikan dan ketidakjelasan serta ketidakterbukaan mengenai penyaluran kembalian uang yang didonasikan tersebut.

*Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Pengembalian Didonasi, Etika Bisnis Islam*

## **ABSTRACT**

"An Overview of Islamic Business Ethics Against Consumer Satisfaction in Refunds in the Form of Donations (Minimarket Consumer Alfamart Almahera II, Surabaya Village, Sungai Serut District, Bengkulu City)"

By Supriadi, Nim 1516130080

The purpose of this study (1) to determine the satisfaction of Alfamart Almahera II minimarket consumers in returning donations in the form of donations in Surabaya Village and (2) to find out an overview of Islamic business ethics on returning donations. This type of research is descriptive with a qualitative approach. Data using primary data and secondary data with data collection techniques of observation, interviews, and literature. From the results of this study it was found that (1) minimarket Alfamart Almahera II consumer satisfaction on returning money in the form of donations showed dissatisfaction, this was shown from 18 people there were 12 people who expressed dissatisfaction with refunds in the form of donations and 6 people expressed satisfaction regarding refunds in the form of donations. (2) the review of Islamic business ethics on donations in the form of donations is not in accordance with the principles of Islamic business ethics, namely the principle of truth because there are consumers who are not willing to donate their refunds and the lack of clarity and openness regarding the distribution of the donated refunds.

*Keywords:* Consumer Satisfaction, Donated Returns, Islamic Business Ethics

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kembalian Uang Dalam Bentuk Donasi (Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu)” Shalawat dan salam semoga tetap senantiasa dilimpahkan kepada junjungan dan uswatun hasanah kita, Rasulullah Muhammad SAW.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE) pada program studi Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Lucy Auditya, M.Ak, selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan, dan motivasi kepada penulis semasa kuliah.
5. Dr. Nurul Hak, MA, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan.

6. H. Makmur, Lc, MA, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran .
7. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Seluruh staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu.
9. Lurah kelurahan Surabaya dan masyarakat kelurahan Surabaya yang telah membantu lancarnya perihal penelitian dan survei untuk kelengkapan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis ke depan.

Bengkulu, 19 November 2019 M  
22 Rabi'ul Awal 1441 H

Supriadi  
NIM 1516130080

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Penelitian Terdahulu .....	7
F. Metode Penelitian.....	11
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	11
2. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	11
3. Subjek/informan Penelitian .....	12
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	12
5. Teknik Analisis Data.....	14

### BAB II KAJIAN TEORI

A. Kepuasan Konsumen.....	16
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	16
2. Indikator Kepuasan Konsumen .....	23
3. Kepuasan Konsumen Dalam Ekonomi Islam .....	25
B. Donasi .....	27
C. Fenomena Kembalian Uang Dalam Bentuk Donasi .....	29
D. Etika Bisnis Islam .....	32
1. Pengertian Etika .....	32
2. Pengertian Bisnis.....	33
3. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	33
4. Fungsi Etika Bisnis Islam .....	36
5. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.....	37

### **BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

A. Sejarah Minimarket Alfamart .....	42
B. Visi Minimarket Alfamart.....	43
C. Misi Minimarket Alfamart .....	44
D. Budaya Minimarket Alfamart .....	44
E. Kelurahan Surabaya Kota Bengkulu .....	44
F. Batas-batas Wilayah Kelurahan Surabaya Kota Bengkulu .....	45
G. Kependudukan.....	45
H. Agama .....	46

### **BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....47**

A. Kepuasan Konsumen Pada Pengembalian Uang Dalam Bentuk Donasi...47	
B. Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Pengembalian Uang Dalam Bentuk Donasi .....	57
C. Pembahasan .....	

### **BAB V PENUTUP.....63**

A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	65

### **DAFTAR PUSTAKA .....67**

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Belangko Judul
- Lampiran 2 : *Check Plagiarism* Judul
- Lampiran 3 : Bukti Menghadiri Seminar
- Lampiran 4 : Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 5 : Catatan Perbaikan Proposal
- Lampiran 6 : Perubahan Judul
- Lampiran 7 : Halaman Pengesahan Proposal
- Lampiran 8 : Surat SK Pembimbing Skripsi
- Lampiran 9 : Angket/Kuisisioner
- Lampiran 10 : Halaman Pengesahan Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 11 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 12 : Surat Izin Selesai Penelitian
- Lampiran 13 : Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 14 : Lembar Dokumentasi Penelitian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Al-Quran dan hadist sebagai pedoman utama manusia tidak hanya mengatur masalah ibadah saja, tetapi juga mengatur masalah ekonomi untuk memberi arah kepada manusia dalam memenuhi kebutuhannya di kehidupan ini, telah disediakan oleh Allah SWT beragam benda yang dapat memenuhi kebutuhannya.<sup>1</sup> Islam memberi nilai tambah bagi orang yang berusaha dan dinilai sebagai ibadah kepada Allah dan jihad di jalan-Nya. Karena amal usaha dan aktivitas-aktivitas yang dilakukannya membantu merealisasikan tujuan-tujuan yang lebih besar. Dengan bekerja, setiap individu dapat memenuhi hajat hidupnya, hajat hidup keluarganya, berbuat baik kepada kaum kerabatnya, memberikan pertolongan kepada yang membutuhkannya, ikut berpartisipasi bagi kemaslahatan umat, dan berinfaq di jalan Allah dalam menegakkan kalimat-Nya.<sup>2</sup>

Kegiatan ekonomi tidak dapat dilepaskan dari akhlak. Islam sangat mempertautkan antara akhlak dengan proses berbisnis, yaitu dengan sikap berlaku jujur, amanah, adil, ihsan, berbuat kebajikan, silaturahmi, dan kerjasama. Seseorang yang ingin berbisnis, terlebih dahulu ia harus mengetahui dengan baik hukum agama yang mengatur bisnis agar ia tidak

---

<sup>1</sup>Farid Wadji dan Suhrawardi K Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta, Sinar Grafika, 2012), h. 4

<sup>2</sup>Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Cet. 1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 37

melakukan aktivitas yang merugikan masyarakat. Dalam bekerja dan berbisnis wajib untuk memahami bagaimana bertransaksi agar tidak terjerumus dalam jurang ketidaktahuan. Islam memandang aktivitas ekonomi secara positif.<sup>3</sup>

Konsep dasar ekonomi Islam menjelaskan pandangan Islam terhadap permasalahan ekonomi termasuk aspek bagaimana Islam memandang tujuan hidup manusia, memahami permasalahan hidup dan ekonomi dan bagaimana Islam memecahkan masalah ekonomi.<sup>4</sup> Syarat yang paling penting dalam setiap akad adalah ada kerelaan dan keikhlasan dari kedua belah pihak yang berakad dalam jual beli. Islam menganjurkan agar dalam melakukan segala aktivitas harus senantiasa adil. Keadilan dalam Islam diterapkan pada semua ajaran dan peraturan Islam baik aqidah, syari'at ataupun etika. Keberadaan etika mampu memberikan kontribusi dalam berbisnis, menjadikan sesuatu yang lebih menarik dan memiliki nilai tersendiri. Dalam kegiatan jual beli atau perdagangan, Allah memerintahkan kepada umatnya untuk berbuat jujur, adil dan menegakkan kebenaran, karena setiap orang dituntut untuk mencari nafkah dengan cara yang benar. Seiring berkembangnya zaman, manusia sebagai pelaku ekonomi memang tidak akan pernah berhenti dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang bertambah banyak dan beraneka ragam.

---

<sup>3</sup>Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*, Cet. 1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 236

<sup>4</sup>P3EI, *Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2012), h.1

Hal tersebut ditangkap oleh mereka-mereka yang mempunyai jiwa bisnis sebagai peluang besar yang dapat memberikan keuntungan yang besar pula.<sup>5</sup>

Dalam kegiatan bisnis ini, sudah banyak bermunculan pusat perbelanjaan modern yang menimbulkan banyak pertanyaan dikalangan masyarakat, karena dianggap berbeda dengan kegiatan jual beli yang biasa dilakukan di pasar tradisional.

Pelayanan yang diinginkan oleh konsumen salah satunya adalah mempertahankan dan berusaha meningkatkan pelayanan serta memperhatikan perkembangan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dari waktu ke waktu, dengan berupaya menyediakan kebutuhan pelanggan sesuai dengan keinginan atau lebih dari yang diharapkan, dan juga memperlakukan pelanggan dengan pola layanan yang terbaik. Kepuasan konsumen dapat tercapai apabila kualitas pelayanan yang dilakukan berdasarkan ketentuan yang berlaku dan dapat memahami apa yang diminta oleh konsumen sehingga tujuan dari pelayanan tersebut dapat tercapai.<sup>6</sup>

Praktek pengembalian uang dalam bentuk donasi yang akan penulis teliti adalah yang ada di Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya kecamatan sungai serut kota Bengkulu dimana Alfamart merupakan brand yang menyediakan bahan pokok seperti minuman, makanan dan barang. Dalam hal ini, pengalihan sisa uang pembeli yang dialihkan sebagai dana sosial itu dapat menimbulkan penyimpangan dari etika bisnis Islam yang telah ditetapkan,

---

<sup>5</sup>Sucica, *Persepsi Konsumen Terhadap Pembulatan Uang Sisa Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, (Pekan Baru: Universitas Islam Negeri 2013), h. 4

<sup>6</sup>Dyah Agustiningtyas, *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*. (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri, 2018), h.28

sebab kegiatan tersebut terlihat memaksa dan akan merugikan jika konsumen tidak rela. Selain itu juga, dalam hal sisa uang pembeli yang di kembalikan dalam bentuk donasi akad yang terjadi bukan merupakan kehendak kedua belah pihak, melainkan hanya merupakan kebijakan dari manajemen Alfamart saja. Begitu pula dalam praktek pengalihan sisa uang pembeli untuk dana sosial, pihak konsumen tidak mengetahui dan tidak ada pemberitahuan terlebih dahulu oleh pihak manajemen Alfamart mengenai kepada siapa dana sosial tersebut diberikan. Meskipun pada hakekatnya praktek pengalihan digunakan untuk dana sosial merupakan tindakan terpuji yakni seperti bersedekah, hibah, ataupun infaq. Hal tersebut termasuk perbuatan yang dianjurkan oleh agama untuk kemaslahatan umat manusia.

Menurut Muhammad Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (holistik). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas sehari-hari.<sup>7</sup>

Dari pemaparan diatas dapat kita sadari bahwa pada hakikatnya praktik mengalihkan uang dalam bentuk donasi merupakan kesalahan jika salah satu pihak tidak rela menurut pandangan etika bisnis isalm, dalam surah An-nisa : 29 yang menjelaskan bahwa dalam berbisnis harus saling rela dan atas dasar suka sama suka antar kedua belah pihak. Dalam hal pengalihan uang kembalian konsumen yang dialihkan sebagai dana sosial atau sering disebut

---

<sup>7</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), h. 84-85

donasi dapat dikatakan penyimpangan sebab pandangan jual beli yang lazim yang dilakukan oleh masyarakat adalah jual beli dengan menggunakan alat tukar uang untuk mendapatkan suatu barang dan uang kembaliannya diterima dalam bentuk uang juga bukan untuk dana sosial dan kegiatan tersebut terlihat memaksa dan merugikan jika konsumen tidak rela.

Berdasarkan observasi awal terhadap beberapa konsumen Alfamart, mengatakan bahwa "...Menurut Heri Yanti, dia merasa dirugikan karena uang kembaliannya tidak tahu di donasikan kemana..."<sup>8</sup> "...Menurut Mas Aldi ia bingung karena uang kembaliannya tidak tau didonasikan kemana dan tidak ada kejelasan dari pihak Alfamart..."<sup>9</sup> "...Menurut Pak Randa, biasa-biasa saja tidak terlalu peduli selagi nominal kembaliannya dibawah Rp500,-..."<sup>10</sup> "...Menurut Bu Meli, merasa terpaksa dengan kebijakan pihak Alfamart karena uang kembalian tersebut bisa untuk tabungan anak..."<sup>11</sup> Berdasarkan latar belakang penulis tertarik meneliti **"Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengembalian Uang Dalam Bentuk Donasi (Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu)"**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas di dalam penelitian ini adalah :

---

<sup>8</sup>Heri yanti, Konsumen Alfamart, wawancara pada tanggal 20 juli 2019

<sup>9</sup>Mas Aldi, Konsumen Alfamart, wawancara pada tanggal 20 juli 2019

<sup>10</sup>Bapak Randa, Konsumen Alfamart, wawancara pada tanggal 21 juli 2019

<sup>11</sup>Ibu Meli, Konsumen Alfamart, wawancara pada tanggal 21 juli 2019

1. Bagaimana kepuasan konsumen minimarket Alfamart Almahera II pada pengembalian uang dalam bentuk donasi ?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam pada pengembalian uang dalam bentuk donasi ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Secara umum penelitian bertujuan untuk mencari, menemukan, mengembangkan, menguji kebenaran suatu pengetahuan dan sebagai sarana didalam memecahkan bermacam-macam persoalan didalam masyarakat.

Adapun tujuan penelitian yang akan penulis laksanakan yaitu :

1. Untuk mengetahui kepuasan konsumen Alfamart Almahera II pada pengembalian uang dalam bentuk donasi.
2. Untuk mengetahui etika bisnis Islam pada pengembalian uang dalam bentuk donasi.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Dapat berguna dan menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti dan semua pihak akademisi. Selain itu, diharapkan juga dapat menjadi sumbangan pemikiran.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan dan sebagai pertimbangan untuk peneliti selanjutnya serta dapat dijadikan bahan perpustakaan yang merupakan sarana dalam pengembangan wawasan keilmuan.

## **E. Penelitian Terdahulu**

Dalam rangka mendukung pembahasan yang lebih dalam mengenai pembahasan di atas, maka penulis berusaha melakukan kajian pustaka ataupun karya-karya yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang akan diuji. Adapun penelitian yang terkait terhadap hal ini :

Penelitian yang dilakukan oleh Ismarani, dalam penelitian yang berjudul *Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Peralihan Listrik Pascabayar Ke Listrik Prabayar Perspekti Ekonomi Islam (studi di kecamatan singaran pati kota Bengkulu)*. Membahas mengenai peralihan listrik pascabayar ke prabayar dan mengetahui kepuasan konsumen dalam menggunakan listrik prabayar. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dalam menggunakan peralihan listrik meteran ke token menunjukkan ketidakpuasan yang tinggi. persamaan pada penelitian ini sama-sama meneliti tentang kepuasan konsumen.<sup>12</sup> Persamaan penelitian ini dengan penulis teliti yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah pada penelitian tersebut membahas tentang penyebab mahalnya token dibandingkan listrik meteran dan kepuasan konsumen akan hal peralihan listrik pascabayar ke prabayar. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis membahas tentang kepuasan konsumen pada pengembalian dalam bentuk donasi yang ditinjau etika bisnis Islam.

---

<sup>12</sup>Ismarani, *Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Peralihan Listrik Pascabayar Ke Listrik Prabayar Perspekti Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Singaran Pati Kota Bengkulu)*, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Tahun 2018

Immanuel Wiragust Cakra H Simanjuntak: *“Perbedaan Tingkat Kepuasan Konsumen Indomaret Dan Alfamart”* (2019) Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen fakultas Ekonomi universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen Indomaret, bagaimana kepuasan konsumen Alfamart, dan perbedaan kepuasan antara konsumen Indomaret dan Alfamart berdasarkan variabel demografi (usia dan jenis kelamin). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat komparatif atau perbandingan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling dengan kriteria konsumen yang sedang berbelanja di Indomaret dan Alfamart. Penelitian ini menggunakan sampel 100 (seratus) responden dengan ketentuan 50 konsumen Indomaret dan 50 konsumen Alfamart. Teknik pengujian instrumen dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan teknik analisis data menggunakan uji normalitas data dan uji beda rata-rata tidak berpasangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen Indomaret merasa tidak puas dengan fasilitas dan layanan yang diberikan Indomaret, konsumen Alfamart merasa tidak puas dengan fasilitas dan layanan yang diberikan Alfamart, dan terdapat perbedaan kepuasan antara konsumen Indomaret dan konsumen Alfamart.<sup>13</sup>

Sindi Cahya Yuniar : *“Kepuasan Konsumen Terhadap Pengembalian Uang Koin Yang Diganti Permen”* (2010) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Penelitian ini membahas tentang fenomena uang

---

<sup>13</sup>Immanuel Wiragust Cakra H Simanjuntak, *Perbedaan Tingkat Kepuasan Konsumen Indomaret Dan Alfamart*”, Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen fakultas Ekonomi universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Tahun 2019.

kembalian diganti permen dan bagaimana kepuasan konsumen akan hal ini. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Dimana peneliti hanya menguraikan kondisi yang ada dan memberikan analisis terhadap fenomena tersebut. Responden yang diambil sebagai sampel sebanyak 50 dengan menggunakan teknik acidental sampling. Sebagian responden diberi kuisisioner yang nantinya dapat dijadikan tolak ukur penelitian, selain kuisisioner penelitian ini juga menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan datanya. Hasil studi menunjukkan bahwa terkait kepuasan konsumen yang diamati dalam penelitian (Sistem Pelayanan, perilaku belanja konsumen dan kepuasan konsumen). Ternyata kembalian uang koin yang diganti permen juga menjadi keresahan tersendiri bagi konsumen, tetapi di sisi lain konsumen juga hanya dapat berharap dan tidak dapat bertindak selain melakukan komplain.<sup>14</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama membahas tentang kepuasan konsumen, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini meneliti kepuasan konsumen terhadap kembalian diganti permen sedangkan penulis meneliti tinjauan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada kembalian uang dalam bentuk donasi.

Penelitian yang dilakukan oleh miftakhul huda : *“Pada Penelitian Jurnalnya Yang Berjudul Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam”*. Dalam penelitian ini mengatakan faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen

---

<sup>14</sup>Sindi Cahya Yuniar, *Kepuasan Konsumen Terhadap Pengembalian Uang Koin Yang Diganti Permen*, Skripsi Sarjana Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, 2010.

mengenai penerapan etika bisnis yang berfokus pada tiga dimensi etika bisnis, yaitu: Kejujuran, keadilan dan kebenaran. Konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa tidak hanya bergantung pada kualitas pelayanannya saja, tapi juga bergantung pada nilai yang dirasakan oleh konsumen, perusahaan harus menambahkan nilai yang dapat membuat konsumen mendapatkan apa yang mereka bayar atau lebih dari yang mereka harapkan, sehingga konsumen dapat bertahan.<sup>15</sup> Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti kepuasan konsumen yang dialami etika bisnis Islam sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini meneliti penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen sedangkan penulis meneliti tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada pengembalian uang dalam bentuk donasi.

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai tinjauan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada pengembalian dalam bentuk donasi banyak terdapat perbedaan, perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terdapat pada waktu, tempat, metode penelitian, dan topik pembahasan karena penulis melihat belum ada penelitian yang secara spesifik membahas penelitian yang akan penulis teliti. Serta terdapat juga perbedaan dalam teori yang digunakan, teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni membahas tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada pengembalian dalam bentuk donasi (study kasus konsumen minimarket Alfamart Almahera II kelurahan Surabaya kecamatan sungai serut kota Bengkulu). Kesamaan pada

---

<sup>15</sup>Miftakhul Huda, *Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam*”, Kediri, Jurnal El-Faqih, Vol 5, No 1, (April 2019).

penelitian ini juga tidak terlalu spesifik, karena pada penelitian yang akan penulis teliti tinjauan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada pengembalian dalam bentuk donasi, ada beberapa teori dari penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis untuk melakukan penelitian ini, diantaranya teori kepuasan konsumen dan etika bisnis Islam.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Kualitatif, dimana bertujuan untuk mendeskripsikan suatu masalah yang ada dengan data yang lebih lengkap, dan mendalam mengenai bagaimana kepuasan konsumen pada pengembalian dalam bentuk donasi.

### **2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

#### **a. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian yang dilakukan penulis mulai dari 20 Juli 2019 Sampai dengan November 2019

#### **b. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan pada konsumen minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu. Alasan peneliti melakukan penelitian ditempat ini karena adanya permasalahan yang akan dikaji dan dari peneliti ketahui banyak cerita konsumen dari mulut kemulut tentang pengembalian yang didonasikan.

### 3. Subjek/Informan Penelitian

Penelitian kualitatif tidak dipersoalkan jumlah informan, tetapi bisa tergantung dari tepat tidaknya pemilihan informan kunci dan kompleksitas dari keragaman fenomena.<sup>16</sup> Informan dalam penelitian ini sebanyak 18 orang. Cara pengambilan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.<sup>17</sup> Dalam pertimbangan tertentu peneliti menggunakan kriteria tertentu yaitu harus yang pernah berbelanja di Alfamart Almahera II, umur 20 tahun keatas, mengetahui tentang donasi dan pernah melakukan kembalian uang dalam bentuk donasi. Dalam teknik *purposive sampling* ini peneliti hanya memilih orang-orang atau informan yang menurut peneliti bisa membantu memberikan informasi yang peneliti inginkan.

### 4. Sumber dan Tehnik Pengumpulan Data

#### a. Sumber Data

Sumber data yang didapatkan dari penelitian kualitatif. Untuk penelitian kualitatif misalnya wawancara, observasi, dokumentasi, dsb. Oleh karena itu, sumber data dalam penelitian ini berupa kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data dan utama. Adapun jenis-jenis data sebagai berikut.

---

<sup>16</sup>Sugiyono, *Memahami penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 146

<sup>17</sup>Sugiyono, *Memahami penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 92

### 1. Sumber Primer

Penelitian ini menggunakan data primer karena, data yang diperoleh langsung dari subjek yang diteliti berupa wawancara langsung kepada konsumen Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu.

### 2. Sumber Sekunder

Sumber sekunder penelitian ini diperoleh dari buku yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, dokumen-dokumen serta literatur yang berhubungan dengan masalah penelitian.

### b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam menghimpun data penelitian melalui pengamatan penginderaan. Oleh karena itu, observasi yang dilakukan penulis adalah melakukan pengamatan secara langsung pada lokasi penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung dan mengalami langsung kejadian kembalian uang dalam bentuk donasi.

#### 2. Wawancara

Wawancara dalam suatu penelitian yang bertujuan mengumpulkan keterangan-keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu

masyarakat serta pendirian itu merupakan suatu pembantu utama dari metode observasi (pengamatan). Wawancara dilakukan untuk memperoleh data atau keterangan terhadap orang-orang yang dianggap mengetahui dan memungkinkan diperoleh data yang berguna dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung kepada konsumen yang pernah berbelanja di Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menyusuri data historis, seperti gambar atau karya, foto-foto, dan dokumen lainnya yang relevan dengan penelitian.

### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian kualitatif model analisis *Miles* dan *Huberman* dapat dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut.<sup>18</sup>

- a. Reduksi data merupakan proses mengumpulkan data penelitian
- b. Penyajian data, data yang telah diperoleh disajikan dalam daftar kategori setiap data yang didapat dengan berbentuk naratif.
- c. Mengambil kesimpulan, proses lanjutan dari reduksi data dan penyajian data. Data yang disimpulkan berpeluang untuk menerima

---

<sup>18</sup>Djam'an Satori dan Aan Komariah, metodeologi penelitian kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 218

masukan. Penarikan kesimpulan sementara, masih dapat diuji kembali dengan data lapangan.

- d. Analisis penelitian ini dilakukan menggunakan model *Miles* dan *Huberman*.

Berdasarkan urutan diatas, maka analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah: langkah pertama, peneliti mereduksi data yang telah didapat dari lapangan. langkah kedua, peneliti menyajikan data yang dirangkum berdasarkan fakta lapangan lalu menginterpretasikan dengan teori. Langkah ketiga, peneliti menyajikan data telah diperoleh dalam bentuk naratif. Langkah keempat, peneliti membuat kesimpulan dari hasil peneliti yang didapat.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kepuasan Konsumen

##### 1. Pengertian Kepuasan konsumen

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk riil/aktual dengan kinerja produk yang di harapkan.<sup>19</sup> Kepuasan konsumen dapat diartikan pula sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.<sup>20</sup>

Menurut Kotler kepuasan konsumen adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.<sup>21</sup>

Menurut Kotler dalam Setyawan kepuasan konsumen diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Berikut akan diuraikan satu persatu.

---

<sup>19</sup>Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, ed. I, (Yogyakarta, ANDI, 2013), h. 180

<sup>20</sup>Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, cet.I, (Yogyakarta, Gava Media, 2014), h. 90

<sup>21</sup>Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, ed. I, (Yogyakarta, ANDI, 2013), h. 181

- a. Kualitas : Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen pada akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan bagi mereka.
- b. Pelayanan konsumen : Pelayanan konsumen tidak hanya sekedar menjawab pertanyaan dan keluhan konsumen mengenai suatu produk atau jasa yang tidak memuaskan mereka, namun lebih dari pemecahan yang timbul setelah pembelian.
- c. Nilai : Nilai yang dirasakan pelanggan adalah selisih antara jumlah nilai konsumen dengan jumlah biaya konsumen. Jumlah nilai konsumen adalah sekelompok manfaat yang diharapkan dari produk dan jasa. Jumlah biaya konsumen adalah sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan, menggunakan dan membuang produk atau jasa.<sup>22</sup>

Menurut Kotler ciri- ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut :

- a. Loyal Terhadap Produk

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

---

<sup>22</sup>Restu Puspita Rini, *Analisis Pengaruh Trust in Brand, Kualitas Pelayanan, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Brand Loyalty Pada Produk Speedy Telkom*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011, h. 32

b. Adanya Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Yang Bersifat Positif

Komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth communication) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.<sup>23</sup>

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang yang melakukan pembelian produk atau jasa untuk kebutuhan pribadinya setelah melakukan perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang diberikan terhadap apa yang diharapkan oleh pemakai ataupun pelaku jasa tersebut. Harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya atau dirasakannya bila membeli atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima atau dirasakan setelah mengkonsumsi suatu barang atau jasa yang dibeli. Suatu pelayanan dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

---

<sup>23</sup>Suci Wulan Dari, *Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Didalem Ngabean Resto*, Skripsi Sarjana Program Studi Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta Tahun 2015, h. 18

Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien dan konsumen dapat melakukan tindakan pengembalian produk, atau secara ekstrim bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan melalui seorang pengacara.

Menurut Kotler dan Armstrong mengungkapkan kepuasan konsumen tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem yang dapat memperoleh konsumen yang lebih banyak dan mempunyai kemampuan mempertahankan pelanggan.

Menurut Basu Swasta D dan Irawan kebanyakan perusahaan menetapkan untuk mencari laba sebagai tujuan yang hendak dicapai. Laba adalah suatu akibat dari hasilnya perusahaan dalam mencapai tujuan, Namun laba yang diinginkan tersebut bukanlah sekedar dari hasil penjualan saja tetapi harus dapat memberikan kepuasan kepada pembeli dengan memperhatikan lingkungan.

Menurut Husain Umar ada empat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain:

- a. Fasilitas dimaksud disini adalah segala sesuatu yang dapat dirasakan oleh para konsumen tentang semua hal yang menyangkut dengan keadaan konsumen selama berada di Alfamart.

- b. Kualitas produk dimaksud disini adalah kualitas produk jasa yang ditawarkan oleh pengelola Alfamart. Kualitas produk jasa di sini adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan baik atau buruknya kualitas produk jasa yang berikan oleh pengelola Alfamart.
- c. Kualitas pelayanan bagi para pelaku bisnis, terutama di bidang jasa pelayanan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Konsumen biasanya melakukan evaluasi kecil terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola terhadap pelayanan yang diberikan.
- d. Kegiatan penjualan lebih mengarah pada aktivitas penjualan, dimana interaksi antara pengelola dan konsumen dapat terbentuk sehingga dapat menciptakan hubungan yang baik antara pengelola dan konsumen sehingga tercipta kepuasan.<sup>24</sup>

Menurut Irawan adapun faktor – faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk

Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.

2. Kualitas Pelayanan (Service quality)

Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah servqual.

---

<sup>24</sup>Puji Sanyoto, *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Centro Futsal*, Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Keolahragaan Fakultas Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta Tahun 2011, h. 11-13

### 3. Harga Produk

Untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga produk murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi.

### 4. Emotional Factor

Pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emosional value* yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

### 5. Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.<sup>25</sup>

Sementara menurut Zeithaml dan Bitner lima hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu:

#### 1. *Product and Service Features*

Fitur dari produk dan jasa yang disampaikan kepada pelanggan menjadi aspek penting dalam menentukan persepsi atau penilaian konsumen dalam menciptakan kepuasan konsumen itu sendiri.

#### 2. *Consumer Emotion*

Emosi yang dimaksud adalah suasana hati. Suasana hati konsumen yang sedang gembira cenderung akan berpengaruh terhadap respon atau persepsi yang positif terhadap produk atau jasa yang diberikan, sebaliknya suasana hati atau emosi konsumen yang buruk, maka

---

<sup>25</sup><http://hani309.blogspot.com/2016/12/kepuasan-konsumen-customers-satisfaction.html>  
dikutip pada hari minggu, tanggal 23 juli 2019, pukul 20:30

emosi tersebut akan membawa respon atau persepsi yang negatif terhadap produk atau jasa yang diberikan.

3. *Attribution for Service Success or Failure*

Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat menjadi lebih buruk atau lebih baik dari yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai atau bahkan melampaui harapan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan tersebut adalah pelayanan yang sukses, sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka dapat dikatakan bahwa proses pelayanan tersebut mengalami kegagalan. Dalam kesuksesan dan kegagalan penyampaian proses pelayanan tersebut, konsumen akan mencari tahu penyebab dari kesuksesan atau kegagalan penyampaian pelayanan. Kegiatan konsumen dalam mencari tahu penyebab suatu kesuksesan dan kegagalan inilah yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang dan jasa.

4. *Perception of Equity and Fairness*

Konsumen yang membeli suatu produk atau jasa akan cenderung bertanya pada diri mereka sendiri : “Apakah saya telah dilayani secara adil dibandingkan dengan konsumen yang lain? Apakah konsumen lain mendapatkan harga yang lebih murah, atau pelayanan yang lebih baik? Apakah saya membayar harga yang layak untuk sebuah produk atau layanan jasa yang saya dapatkan?” Pemikiran konsumen mengenai persamaan dan keadilan ini dapat mengubah persepsi

pelanggan dalam tingkat kepuasannya terhadap suatu produk atau jasa.

5. *Other Cunsomer, Family Member, and Coworkers*

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh ekspresi orang lain yang menceritakan kembali bagaimana mereka merasa puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa tersebut.<sup>26</sup>

2. Indikator Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Pada kondisi persaingan sempurna, dimana pelanggan mampu untuk memilih di antara beberapa alternative pelayanan dan memiliki informasi yang memadai, kepuasan pelanggan merupakan suatu determinan kunci dan tingkat-tingkat permintaan pelayanan dan fungsi operasionalisasi pemasok. Namun bila hanya satu agen, baik pemerintah maupun sektor swasta yang merupakan penyedia pelayanan, maka pengguna kepuasan pelanggan untuk mengukur efektifitas dan efisiensi pelayanan sering tidak kelihatan.<sup>27</sup> Indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari:

1. *Re-purchas*: membeli kembali, dimana konsumen tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang/jasa.

---

<sup>26</sup><https://www.dictio.id/t/faktor-faktor-apa-saja-yang-mempengaruhi-kepuasan-pelanggan/14450/2> dikutip pada hari minggu, tanggal 23 juli 2019, pukul 21:45

<sup>27</sup>Suwardi. *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. (Semarang: Politeknik Negeri,2011), h.89

2. Menciptakan *Word-of-mouth* dalam hal ini, konsumen akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
3. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
4. Merekomendasikan kepada calon konsumen yang lain tentang perusahaan tersebut.<sup>28</sup>

Kepuasan konsumen berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperoleh konsumen memiliki kecenderungan untuk membangun nilai ekspektasi tertentu. Nilai ekspektasi tersebut akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk yang pernah dirasakannya.

Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas produk dan layanan akan berpengaruh terhadap pola perilaku selanjutnya. Hal ini dapat ditunjukkan dengan perilaku konsumen sebelum membeli/mengonsumsi, saat membeli/mengonsumsi, atau setelah proses pembelian dan mengonsumsi produk/layanan. Apabila konsumen merasa puas, maka ia akan menunjukkan besarnya kemungkinan

---

<sup>28</sup>Kotler P dan Amstrong, principle dan marketing, alih bahasa A. sandiwan Suharto (California : pearson/prentice hall, 2015), h. 329

melakukan pembelian ulang produk tersebut dan cenderung akan memberikan referensi produk kepada orang lain.

Konsumen yang tidak puas biasanya akan melakukan pengembalian produk, atau bahkan mengajukan komplain kepada perusahaan. Tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen mempunyai konsekuensi berupa komplain atau loyalitas pelanggan terhadap produk. Dengan terciptanya kepuasan konsumen yang optimal maka akan mendorong terciptanya loyalitas konsumen yang merasa puas terhadap produk/jasa tersebut.<sup>29</sup>

### 3. Kepuasan Konsumen Dalam Ekonomi Islam

Ilmu ekonomi Islam adalah pengetahuan dan aplikasi dari ajaran dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh sumber-sumber daya material memenuhi kebutuhan manusia yang memungkinkan untuk melaksanakan kewajiban kepada Allah dan masyarakat.<sup>30</sup>

Kepuasan merupakan suatu akibat terpenuhinya suatu keinginan, sedangkan masalah merupakan suatu akibat atas terpenuhinya suatu kebutuhan atau fitrah. Meskipun demikian, terpenuhinya suatu kebutuhan juga akan memberikan kepuasan terutama jika kebutuhan tersebut disadari dan diinginkan. Ekonomi Islam konsumen dalam memenuhi kebutuhannya cenderung untuk memilih dan jasa yang memberikan

---

<sup>29</sup>Dyah Agustiningtyas, *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*. (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri.2018), h.28

<sup>30</sup>Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 2-3

masalah maksimum. Kecendrungan memilih ditentukan oleh kebutuhan dan keinginan.<sup>31</sup>

Dari uraian diatas ditarik suatu pengertian bahwa kepuasan konsumen menurut ekonomi Islam berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, masalah, manfaat, berkah, keyakinan, dan kehalalan.

Dalam ekonomi Islam kepuasan dikenal dengan masalah, dengan pengertian terpenuhinya kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara dzatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersikap *isrof* (royal) dan *tabzir* (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas beberapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsinya.

Salah satu perbedaan mendasar ekonomi konvensional dan ekonomi Islam dalam mencapai kepuasan melalui kebutuhan dan keinginan. Secara umum dapat dibedakan antara kebutuhan dan keinginan, yakni kebutuhan itu berasal dan fitrah manusia, bersifat objektif, serta mendatangkan manfaat dan kemaslahatan disamping kepuasan pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan manfaat, baik secara fisik, spiritual, intelektual maupun material. Sementara itu,

---

<sup>31</sup>Zaki Fuas Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : erlangg, 2016), h. 132.

keinginan berasal dari hasrat manusia yang bersifat subjektif. Bila keinginan itu terpenuhi, hasil yang diperoleh adalah dalam bentuk kepuasan manfaat psikis disamping manfaat lainnya.<sup>32</sup>

## **B. Donasi**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, donasi dapat diartikan sebagai sumbangan tetap (berupa uang) dari penderma kepada perkumpulan, atau dapat juga diartikan sebagai pemberi atau hadiah. Dari pengertian tersebut, donasi yang dimaksud adalah uang yang diberikan kepada perkumpulan atau organisasi yang digunakan untuk kepentingan perkumpulan atau organisasi tersebut.<sup>33</sup>

Donasi bisa disebut derma (Inggris: donation yang berasal dari Latin: donum) adalah sebuah pemberian pada umumnya bersifat secara fisik oleh perorangan atau badan hukum, pemberian ini mempunyai sifat sukarela dengan tanpa adanya imbalan bersifat keuntungan, walaupun pemberian donasi dapat berupa makanan, barang, pakaian, mainan ataupun kendaraan akan tetapi tidak selalu demikian, pada peristiwa darurat bencana atau dalam keadaan tertentu lain misalnya donasi dapat berupa bantuan kemanusiaan atau bantuan dalam bentuk pembangunan, dalam hal perawatan medis donasi dapat pemberian transfusi darah atau dalam hal transplantasi dapat pula berupa pemberian penggantian organ, pemberian donasi dapat dilakukan tidak

---

<sup>32</sup>Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta : Raja grafindo persada, 2014), h. 104-105

<sup>33</sup>Abdurohman Muslim, *Pengaruh Efisiensi Keuangan Dan Pembatasan Pemberian Dana Pada Jumlah Donasi Individual*”, Skripsi Sarjana Universitas Diponegoro Semarang Tahun 2013, h.17

hanya dalam bentuk pemberian jasa atau barang semata akan tetapi sebagaimana dapat dilakukan pula dalam bentuk pendanaan kehendak bebas.

Manfaat donasi adalah ikut andilnya kita untuk membantu orang lain yang kesulitan. Mereka yang mendapat bantuan tidak tahu bantuan tersebut dari siapa, mungkin tahunya dari lembaga tetapi Tuhan tahu dan mencatat orang-orang dermawan dibalik layar yang mendonasikan dana bantuan, itu menjadi amal ibadah.

Donasi kemanusiaan cakupannya sangat luas, dana tersebut nantinya akan digunakan untuk membantu manusia yang kesusahan atau mengalami musibah. Seperti untuk membantu korban bencana alam, korban perang, kemiskinan yang masih banyak dialami oleh masyarakat. Selain itu juga bisa untuk membangun infrastruktur yang bermanfaat seperti sarana ibadah dan pendidikan.

Donasi sama dengan infak. Kata infak di dalam Al Qur'an kadang dipakai untuk mengeluarkan harta (zakat) atas hasil kerja dan hasil bumi (panen). Ini dijabarkan dalam surat Al Baqarah ayat 267 yang artinya hai orang-orang yang beriman, keluarkanlah zakat sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Berbeda dengan sedekah dan zakat yang hukumnya wajib, adalah ibadah untuk mendekatkan diri pada Allah. Jadi kesimpulannya, istilah infak itu sangat luas cakupannya, bukan hanya dalam masalah zakat atau sedekah. Tetapi termasuk juga membelanjakan harta, memberi nafkah bahkan juga mendanai suatu hal, baik bersifat ibadah atau pun bukan ibadah.

Termasuk yang halal atau yang haram, asalkan membutuhkan dana dan dikeluarkan dana itu, semua termasuk dalam istilah infak.<sup>34</sup>

Infaq adalah memberikan sebagian harta kita baik itu berupa uang, makanan, maupun barang yang masih ada manfaatnya kepada orang yang memang membutuhkannya secara ikhlas semata-mata karena Allah SWT. Sedekah akan mendekatkan kita kepada Allah SWT, zat Yang Maha Pemberi Rezeki. Dekat dengan Allah SWT yang Maha Kaya akan menjamin terjaganya rezeki dan harta yang kita miliki. Artinya, semakin bakhil kita akan semakin jauh kita dari rezeki dan nilai hakiki kekayaan yang sebenarnya.

Akan sangat baik untuk kita bisa memulai membiasakan diri menyisihkan sebagian rezeki kita untuk orang lain, baik itu untuk orang tua, saudara, teman, tetangga atau guru. Ada baiknya jika di berikan pada keluarga terlebih dahulu, kemudian tetangga dekat, tetangga jauh, dan seterusnya.

Pada dasarnya infaq merupakan salah satu ibadah dalam Islam yang diperintahkan oleh Allah SWT kepada manusia karena selain hubungan vertikal (*habluminallah*) seperti shalat, puasa, dan lain-lain, ada pula amal ibadah yang hubungannya horizontal (*hablumminannas*) seperti infaq.<sup>35</sup>

### **C. Fenomena Kembalian Uang Dalam Bentuk Donasi**

Masyarakat sekarang ini memang lebih banyak memilih untuk berbelanja di minimarket yang kini telah banyak dijumpai diberbagai tempat.

---

<sup>34</sup><https://www.slideshare.net/AlifannuurAlAzhar/pengertian-dan-manfaat-donasi> dikutip pada tanggal 25 juli 2019

<sup>35</sup>Turmudzi, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pendayagunaan Infaq Melalui Yayasan Abdi Muslim Pancasila (YAMP)*, (Bandar Lampung: IAIN Raden Intan, 1994), h. 3

Mereka lebih nyaman dan lebih praktis bila berbelanja di minimarket, tidak perlu susah-susah menawar dan tidak harus merasakan pengapnya udara panas, dengan memilih untuk berbelanja di minimarket berarti masyarakat harus sedikit membayar lebih mahal dari harga pasar tradisional.

Saat ini penyedia uang receh memang menjadi suatu masalah yang klasik bagi para pedagang. Hal ini memaksa pedagang ritel khususnya pengelola minimarket Alfamart melakukan praktek uang kembalian yang didonasikan.

Dalam kembalian didonasikan, minimarket Alfamart meminta donasi uang kembalian yang mempunyai nominal Rp. 100 sampai Rp. 500,- misalnya bisa menunjukkan Rp. 1700,- maka kasir akan meminta pembeli untuk membayar Rp. 2000,-. Dan apabila memang masih ada persediaan uang receh maka pembeli tetap akan menerima uang kembalian sesuai yang tertera dalam struk belanja tanpa ada penganapan.

Sebagian ulama yaitu hanafiah, Malikiyah dan Hambali menyatakan bahwa ada dua bentuk akad jual beli, yaitu perkataan dan perbuatan. Bentuk perkataan semisal dengan ucapan penjual “saya jual barang ini padamu”, dan pembeli menerima dengan ucapan “saya beli barang ini darimu atau saya terima”. Sedangkan bentuk perbuatan dikenal dengan istilah “*mu’athah*”. Aqad *bi al-mu’athah* adalah mengambil dan memberikan dengan tanpa perkataan (*ijab* dan *qobul*), sebagaimana seseorang membeli sesuatu yang telah diketahui harganya, kemudian ia mengambilnya dari penjual dan memberikan uangnya sebagai pembayaran.

Ulama syafi'iyah melarang bentuk perbuatan dalam ijab qobul. Mereka beralasan bahwa perbuatan tidak menunjukkan adanya 'iwadh atau timbal balik. Sehingga jual beli *mu'athah* semacam ini menurut ulama syafi'iyah tidaklah sah. Pendapat terkuat dalam hal ini adalah ijab qobul boleh dan sah dengan perbuatan dengan alasan<sup>36</sup>:

Pertama, Allah membolehkan jual beli dan tidak membatasinya dengan bentuk akad tertentu. Allah *Ta'ala* berfirman,

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*” (QS. Al-baqarah: 275).<sup>37</sup>

Kedua, sesuai 'urf (kebiasaan) dengan si pembeli menerima barang dan penjual mengambil uang, maka itu sudah menunjukkan ridho keduanya. Jika dengan perkataan dianggap ridho, maka dengan perbuatan bisa teranggap pula. Allah *Ta'ala* berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan

<sup>36</sup>Rahmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (bandung : pustaka setia, 2001), h. 94-95

<sup>37</sup>Departemen Agama, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT. Insan Media Pustaka, 2013), h. 275

yang berlaku dengan suka sama suka (*saling ridho*) diantara kalian” (QS. An-nisa’:29).<sup>38</sup>

Sehingga dari sini mengenai jual beli yang berlaku dipasar modern seperti minimarket, supermarket dan mall tanpa adanya ucapan apa-apa, cukup saling ridho dengan si penjual menyerahkan barang dan si pembeli menyerahkan uang, maka itu sudah dianggap sah.

#### **D. Etika Bisnis Islam**

##### **1. Pengertian Etika**

Etika berasal dari bahasa latin *ethos* yang berarti kebiasaan, sinonimnya adalah moral yang juga berasal dari bahasa latin *mores* yang berarti kebiasaan. Dalam bahasa arab disebut dengan akhlak, bentuk jamak dari *khuluq* yang berarti budi pekerti. Baik etika maupun moral bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat (*custom* atau *mores*), sikap menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak.<sup>39</sup> Secara etimologi etika merupakan acuan yang menyatakan apakah tindakan, aktivitas atau perilaku individu bisa dianggap baik atau tidak.<sup>40</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa etika merupakan sesuatu yang dapat membantu manusia untuk bertindak secara bebas dan dapat dipertanggung jawabkan baik menentukan kebenarannya atau kesalahannya.

---

<sup>38</sup>Depag RI. *Al-qur'an dan terjemahannya*, h. 29

<sup>39</sup>Indri, *Hadis Ekonom*, (Jakarta: Kharisma Utra Utama, 2015), h.323

<sup>40</sup>Francis Tanri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo persada, 2009), h.4

## 2. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah semua aktivitas yang melibatkan penyediaan barang dan jasa yang diperlukan dan diinginkan oleh orang lain. Dengannya para pelaku bisnis dapat menentukan dan menyediakan keinginan dan kebutuhan orang lain (konsumen) serta selalu berusaha agar konsumen memperoleh kepuasan dengan barang dan jasa yang disediakan tersebut.<sup>41</sup>

Jadi, bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan karena dapat keuntungan antar individu, usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup.

## 3. Pengertian Etika Bisnis Islam

Sebelum berbicara tentang etika bisnis Islam lebih jauh, perlu diketahui tentang etika bisnis. Etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut diterapkan dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang diterapkan orang-orang yang ada di dalam organisasi.<sup>42</sup>

Menurut Muslich etika bisnis dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan

---

<sup>41</sup>Indri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kharisma Utra Utama, 2015), h. 325

<sup>42</sup>Veithzal Rival, *Islamic Business And Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002),

secara ekonomi/sosial, dan penetapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.<sup>43</sup>

Menurut Johan Arifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat the right thing yang dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas.<sup>44</sup>

Etika memiliki peran penting dalam dunia bisnis ketika masyarakat memahami kegiatan bisnis tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Etika dalam Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap iri, dengki, dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam.<sup>45</sup>

Bisnis Islami adalah upaya pengembangan modal untuk kebutuhan hidup yang dilakukan dengan mengindahkan etika Islam. Selain

---

<sup>43</sup>Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2004), h. 9

<sup>44</sup>Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 22

<sup>45</sup>Yusuf Qordawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997),

menetapkan etika, Islam juga mendorong umat manusia untuk mengembangkan bisnis. Bisnis Islami juga dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.<sup>46</sup>

Jadi sesuai dengan pernyataan diatas Etika bisnis Islam menurut Mustaq Ahmad adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadits.<sup>47</sup>

Menurut Muhammad Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (holistik). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan,

---

<sup>46</sup>Bambang Subandi, *Bisnis Sebagai Strategi Islam*, (Surabaya: Paramedia, 2000), h. 65

<sup>47</sup>Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), h. 152

sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas sehari-hari.<sup>48</sup>

Menurut A. Hanafi dan Hamid Salam sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin, etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dalam perspektif Al-Qur'an dan Hadist, yang bertumpu pada 6 prinsip, yaitu kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.<sup>49</sup>

Etika bisnis Islam memposisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah SWT. Oleh karenanya, bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, Negara dan Allah SWT. Oleh karena itu, pada prinsipnya pengetahuan akan etika bisnis dalam pandangan Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap para pebisnis/ pedagang terutama pebisnis/pedagang muslim dalam menghadapi persaingan usaha yang sekarang telah memasuki era globalisasi untuk menghindari diri dari berbagai macam tindakan yang dilarang oleh Allah SWT.

#### 4. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah:

---

<sup>48</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), h. 84-85

<sup>49</sup>Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 74

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
  - b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis Islam.
  - c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-qur'an dan Sunnah.<sup>50</sup>
5. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip bisnis yang ideal pernah dilakukan oleh Nabi dan para sahabatnya. Realitas ini menjadi bukti oleh banyak orang, bahwa tata bisnis yang berkeadilan, sebenarnya pernah terjadi di Madinah. Nilai, spirit dan ajar yang dibawa Nabi berguna untuk membangun tata bisnis baru, yang akhirnya terwujud dalam tata bisnis dunia yang berkeadilan.

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut :

- a. Prinsip Kesatuan/Tauhid/Keesaan

---

<sup>50</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), H. 76

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang Muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan tauhid atau ilahiyah ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah-Nya. Kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan ilahiyah. Tauhid, merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk kegiatan bisnis. Tauhid mengajarkan manusia sebagai makhluk ilahiya, sosok makhluk yang memiliki Allah. Dengan demikian, kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan Allah, dan dalam rangka melaksanakan titah Allah.

b. Prinsip Keadilan/Keseimbangan

Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan. Dalam Islam keadilan sebagai prinsip yang menunjukkan kejujuran, keseimbangan, kesederhanaan, dan keterus terangan yang merupakan nilai-nilai moral yang ditekankan dalam Al-Qur'an. Islam tidak menghancurkan kebebasan individu tetap mengontrolnya dalam kepentingan masyarakat yang terdiri dari individu itu sendiri dan karenanya juga melindungi kepentingan pribadi dengan kepentingan masyarakat bukan sebaliknya. Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam

mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat AlMaidah (8) yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوَّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ

شَنَّٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اٰلٍ اَعْدِلُوْا ۗ اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ

حَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

*“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil, dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil, berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa, dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.*

c. Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran selain mengandung makna kebenaran lawan kesalahan, mengandung juga unsur kebajikan dan kejujuran. Nilai kebenaran adalah nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Dalam AlQur’an aksioma kebenaran yang mengandung kebajikan dan kejujuran dapat ditegaskan atas keharusan memenuhi perjanjian dalam melaksanakan bisnis. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat,

sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

d. Prinsip Kehendak Bebas/Kebebasan

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam. karena masalah ekonomi, termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba. Etika bisnis dalam Islam mempunyai kehendak bebas dalam menjalani bisnis baik dari perjanjian yang dibuatnya, apakah akan ditepati atau meingkarkannya. Seorang muslim yang percaya terhadap tuhan nya maka ia akan menepati janji atau sumpah dalam menjalankan bisnisnya.

e. Prinsip Tanggungjawab

Pertanggungjawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggungjawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditas bisnis dalam Islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan dihadapan Tuhan. Kebebasan apapun yang terjadi tanpa batasan, pasti menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi keadilan, kebenaran dan kehendak bebas maka perlu adanya pertanggungjawaban dalam tindakannya.

Penerapan tanggungjawab dalam etika bisnis, yaitu, pertama, pengusaha yang berperilaku tidak etis tidak menyalahkan karena persoalan bisnis atau karena setiap orang juga berperilaku tidak etis. Kedua, pelaku bisnis harus bertanggungjawab atas tindakannya. Ketiga, semua kewajiban harus dihargai, kecuali jika secara moral salah, menepati perjanjian bisnis yang sah.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup>Miftakhul Huda, *Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam*, Kediri. Jurnal El-Faqih, Vol 5, No 1, (April 2019), h. 100-103 dikutip pada hari selasa 16 juli jam 20:33

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Minimarket Alfamart**

Alfamart adalah sebuah brand minimarket penyedia kebutuhan hidup sehari-hari yang dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Pada tahun 1989 merupakan awal berdirinya Alfamart, dengan dimulainya usaha dagang rokok dan barang-barang konsumsi oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT. HM Sampoerna pada Desember 1989. Pada tahun 1994 Struktur kepemilikan berubah menjadi 70% dimiliki oleh PT HM Sampoerna Tbk dan 30% dimiliki oleh PT Sigmantara Alfindo (keluarga Djoko Susanto).

PT. Alfa Minimart Utama (AMU) didirikan pada tanggal 27 Juli 1999, dengan pemegang saham PT. Alfa Retailindo, Tbk sebesar 51% dan PT. Lancar Distrindo sebesar 49%. PT. Alfa Minimart Utama (AMU) ini kemudian membuka Alfa Minimart pada tanggal 18 Oktober 1999 berlokasi di jalan Beringin Raya, Karawaci Tangerang.

Pada tanggal 27 Juni 2002, PT.HM Sampoerna Tbk secara resmi merestrukturisasi kepemilikan sahamnya di PT.Alfa Retailindo Tbk. Saham HM Sampoerna di Alfa Retailindo yang semula 54,4% dikurangi menjadi 23,4%. Di sisi lain, perusahaan rokok terbesar kedua di Indonesia akan mulai

menggarap serius pasar minimarket yang selama ini belum tergarap melalui Alfa.

Pada tanggal 1 Agustus 2002, kepemilikan beralih ke PT. Sumber Alfaria Trijaya dengan pemegang saham PT.HM. Sampoerna, Tbk sebesar 70% dan PT.Sigmantara Alfalindo sebesar 30%. Kemudian nama Alfa Minimart diganti menjadi Alfamart pada tanggal 1 Januari 2003. Pada tahun 2005 Jumlah gerai Alfamart bertumbuh pesat menjadi 1.293 gerai hanya dalam enam tahun. Semua toko berada di pulau Jawa.

Awal tahun 2006 PT HM Sampoerna Tbk menjual sahamnya, sehingga struktur kepemilikan menjadi PT Sigmantara Alfindo (60%) dan PT Cakrawala Mulia Prima (40%). Mendapat Sertifikat ISO 9001:2000 untuk Sistem Manajemen Mutu”.

Pertengahan 2007 Alfamart sebagai Jaringan Minimarket Pertama di Indonesia yang memperoleh Sertifikat ISO 9001:2000 untuk Sistem Manajemen Mutu. Jumlah gerai mencapai 2000 toko dan telah memasuki pasar Lampung.

Awal 2009 menjadi perusahaan publik pada tanggal 15 Januari 2009 di Bursa Efek Indonesia disertai dengan penambahan jumlah gerai mencapai 3000 toko dan juga memasuki Pasar Bali.<sup>52</sup>

## **B. Visi Minimarket Alfamart**

Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil,

---

<sup>52</sup><http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/11350/Bab%20IV.pdf?sequence=7&isAllowed=y> dikutip pada hari selasa, tanggal 10 september 2019, pukul 20.13 WIB

pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.

### **C. Misi Minimarket Alfamart**

- a. Memberikan kepuasan kepada pelanggan / konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.
- b. Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku / etika bisnis yang tertinggi.
- c. Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan menumbuhkan kembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
- d. Membangun organisasi global yang terpercaya, tersehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan , pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

### **D. Budaya Minimarket Alfamart**

- a. Integritas yang tinggi.
- b. Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik.
- c. Kualitas & Produktivitas yang tertinggi.
- d. Kerjasama Team.
- e. Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik<sup>53</sup>

### **E. Kelurahan Surabaya Kota Bengkulu**

Sebagaimana diketahui sebagian besar wilayah Indonesia beriklim tropis yakni dua musim, lebih kurang enam bulan musim kemarau dan enam bulan musim hujan. Begitu juga halnya daerah Kota Bengkulu tepatnya di

---

<sup>53</sup><https://oridiansyah.wordpress.com/sejarah-visi-misi-kantor/> dikutip pada hari selasa, tanggal 10 september 2019, pukul 20.30 WIB

Kelurahan Surabaya yang kondisi geografisnya terletak diketinggian tanah 0-20 m dari permukaan laut, dengan luas wilayah 850 Ha. Kelurahan Surabaya termasuk dalam wilayah kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu. Dahulu Kelurahan Surabaya Masih berbentuk desa, kemudian berubah menjadi kelurahan berdasarkan peraturan daerah Kota Bengkulu Nomor 04 Tahun 2001 tentang perubahan desa menjadi kelurahan dalam Kota Bengkulu.

Topografi Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu keadaan topografinya berupa dataran rendah dengan suhu udara rata-rata sekitar 32C, dengan curah hujan berkisar 2.000-3.000 mm/tahun. Dikelurahan Surabaya ini sudah memiliki kantor kelurahan sehingga unit pelayanan warga kelurahan dilayani dikantor kelurahan. Satu terkecil dari adalah rukun tetangga (RT) sedangkan diatas RT terdapat rukun warga (RW).

#### **F. Batas-batas Wilayah Kelurahan Surabaya Kota Bengkulu**

1. Sebelah Utara : Kelurahan Bentiring
2. Sebelah Selatan : Cagar Alam Kelurahan Dusun Besar
3. Sebelah barat : Kelurahan Semarang
4. Sebelah Timur : Desa Nakau Kab. Bengkulu Tengan.<sup>54</sup>

#### **G. Kependudukan**

1. Jumlah Penduduk

Penduduk merupakan penghuni seluruh wilayah, yang bisa saja terdiri dari penduduk asli dan pendatang. Demikian juga penduduk di Kelurahan Surabaya.

---

<sup>54</sup>Data profil kelurahan Surabaya tahun 2018 diambil pada hari selasa 17 september 2019 jam 09.30

Jumlah penduduk di Kelurahan Surabaya sebanyak 1.304 kepala keluarga dengan jumlah penduduk 7.334 orang, laki-laki 3.458 dan perempuan 3.876 orang. Jumlah satuan lingkungan setempat (SLS) menurut kelurahan Surabaya kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu memiliki 06 RW dan 31 RT.

## 2. Penduduk sebagai mata pencarian

Masyarakat Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu sebagian besar bermata pencarian pedagang dan buruh, disamping itu juga sebagai petani, nelayan, TNI/POLRI, Pegawai Negeri, Karyawan Swasta. Hal ini disebabkan kelurahan Surabaya terletak tidak jauh dari tengah-tengah Kota Bengkulu.

## H. Agama

Sebagian besar penduduk Kelurahan Surabaya menganut agama Islam dan sebagian lagi menganut agama Kristen, Katholik, Hindu, Budha. Oleh karena itu dalam kehidupan sehari-hari pada masyarakat Kelurahan Surabaya dalam acara pernikahan, kematian dan adat istiadat banyak yang diselenggarakan dalam tradisi-tradisi dan upaya bernafaskan agama, terutama agama Islam yang merupakan mayoritas agama masyarakat Kelurahan Surabaya.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup>Data profil kelurahan Surabaya tahun 2018 diambil pada hari Selasa 17 September 2019 jam 09.30

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Kepuasan Konsumen Pada Pengembalian Uang Dalam Bentuk Donasi

Kepuasan Konsumen pada pengembalian uang dalam bentuk donasi dalam kaitannya dengan judul yang peneliti bahas yaitu kepuasan konsumen pada pengembalian dalam bentuk donasi (konsumen Minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu). Untuk mendapatkan informasi yang akurat, maka peneliti melakukan wawancara langsung dalam bentuk pertanyaan kepada informan yang pernah berbelanja di Alfamart Almahera II. Sebanyak 18 orang informan di wilayah Kelurahan Surabaya sebagai berikut:

Sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada Melpi, mengatakan:

“Saya adalah sebagai ibu rumah tangga. Saya tidak terlalu sering berbelanja di Alfamart namun dapat saya katakan bisa sebanyak 3 kali dalam satu bulannya. Dan yang menjadi alasan saya berbelanja disana karena dekat dengan rumah, barangnya lengkap dibandingkan di pasar kita harus keliling untuk mencari suatu produk. Saat saya melakukan pembayaran pernah diminta agar uang kembalian didonasikan, saya pun pernah menolak hal itu, tetapi saya tetap harus bersedia memberikan donasi. Menurut saya tentang sistem donasi itu baik kalau uang yang didonasikan jelas disalurkan kepada pihak yang membutuhkan, namun dari pihak Alfamart tidak memberikan informasi yang jelas kemana uang kembalian tersebut, hanya menganjurkan untuk didonasikan. Saya pernah bertanya langsung ke pihak kasirnya namun kasirnya tidak mengetahui uang nya disalurkan kemana, dengan hal ini saya merasa kecewa dan saya pun tidak rela mendonasikan uang dengan alasan ketidakjelasan penyaluran uang tersebut.”<sup>56</sup>

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Nur,

mengatakan:

“Saya adalah sebagai ibu rumah tangga, bisa dihitung saya hanya 4 kali berbelanja di Alfamart dalam satu bulan, alasan saya berbelanja disana kalau ada promo. Dalam hal kasir meminta kembalian untuk didonasikan saya

---

<sup>56</sup>Melpi, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 12 November 2019

pernah diminta untuk mendonasikan kembalian saya namun saya menolaknya, karena kasir hanya menawarkan untuk didonasikan tanpa memberikan informasi tujuan uang donasi itu kemana. Dengan adanya kembalian yang didonasikan saya akan kembali berbelanja disana kalau ada promo, karena masalah donasi tersebut tidak mengganggu aktifitas berbelanja saya. Namun kalau ditanya rela atau tidaknya uang kembalian saya didonasikan, saya tidak rela dan saya juga tidak pernah merekomendasikan ke orang lain untuk berbelanja disana.<sup>57</sup>

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Darmiah, mengatakan:

“Saya adalah sebagai ibu rumah tangga yang ke alfamart bisa dibbilang cuman sekali dalam sebulan itupun hanya membayar kredit motor. Untuk kembalian berbelanja didonasikan karena kembaliannya sering tidak ada jadi saya rela saja karena nominalnya kecil juga. Namun kalau yang sering berbelanja disana saya rasa merasa keberatan juga kalau setiap berbelanja kembaliannya diminta untuk mendonasikan. Dalam hal merekomendasikan ke orang lain untuk berbelanja disana, saya tidak pernah merekomendasikannya. Dan dari diri saya pribadi saya tidak rela dengan adanya sistem uang kembalian yang donasikan tanpa penjelasan apapun terlebih dahulu.”<sup>58</sup>

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Yuni Lestari, mengatakan:

“Saya sebagai karyawan swasta, saya berbelanja di Alfamart dalam sebulan biasanya membeli kebutuhan susu anak. Dalam hal kembalian didonasikan, sesekali saya donasikan namun pernah juga saya tolak. Alasan saya mau mendonasikan untuk sedikit bisa membantu orang membutuhkan. Tetapi dengan ketiadaan informasi yang kurang jelas akan penyaluran uang kembalian didonasikan kemana, saya tidak ingin mendonasikan kembali uang kembalian saya. Untuk kembalian donasi yang telah diberikan sebelumnya saya rela, namun untuk kembalian yang untuk didonasikan selanjutnya tidak saya berikan lagi, dan juga saya tidak pernah merekomendasikan kepada orang lain berbelanja di Alfamart. Dan untuk masalah kerelaan hati dalam memberikan uang donasi saya akan rela jika memang tau kejelasan kemana uang donasi tersebut, akan tetapi untuk permintaan pengembalian dalam bentuk donasi di Alfamart saya tidak setuju dan tidak rela”<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup>Nur, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 12 November 2019

<sup>58</sup>Darmiah, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 13 November 2019

<sup>59</sup>Yuni Lestari, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 14 November 2019

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan keempat informan tersebut dapat dikatakan bahwa pendapat mereka tidak jauh beda karena keempat konsumen tersebut tidak merelakan uang kembalian berbelanja yang dialihkan dalam bentuk donasi, dan terlebih lagi dengan kekecewaan yang mereka dapatkan karena pegawai minimarket Alfamart tidak bisa memberikan penjelasan kemana uang kembalian didonasikan.

Berbeda pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada David, mengatakan:

“Saya adalah seorang pegawai swasta. Saya termasuk orang yang gemar berbelanja di minimarket Alfamart, dalam satu bulan bisa sampai 10 kali. Alasan saya sering berbelanja di sana karena tempatnya dekat dengan rumah. Kalau saya berbelanja disana uang kembaliannya diminta pihak kasir Alfamart untuk didonasikan, untuk hal itu saya bersedia dan tidak pernah menolaknya. Jika memang sasaran donasinya itu ketempat yang seharusnya membutuhkan, menurut saya masalah uang donasi itu sangat baik karena bisa dimanfaatkan. Mengenai pelayanan dalam membeli di minimarket Alfamart Alhamdulillah saya tidak ada komplain selama saya membeli di Alfamart. Dan sebenarnya tidak masalah jika kembaliannya didonasikan, karena menurut saya sekarang ini susah mencari uang koin pecahan di bawah Rp500,-. Dan juga saya pernah mengajak teman-teman saya untuk berbelanja di Alfamart.”<sup>60</sup>

Pendapatpun juga didapatkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Erna, mengatakan:

“Saya adalah sebagai penjual pempek pinggir jalan. Saya di Alfamart hanya 4 kali dalam sebulan berbelanja disana. Alasan berbelanja disana karena ada promonya saja karena pas harganya normal itu harga barangnya mahal. Mengenai kembalian yang didonasikan, saya pernah diminta oleh kasir dan saya mendonasikannya, namun pihak kasir tidak memberikan informasi lebih lanjut uang itu akan didonasikan kemana. Menurut saya uang kembalian yang didonasikan sangat baik dan juga alasan saya mendonasikan uang tersebut karena nominalnya kecil dan saya puas-puas aja dengan kembalian yang didonasikan ini, itung-itungkan amal juga. Dan untuk masalah kerelaan mendonasikan uang kembalian saya tentunya rela dan ikhlas-ikhlas saja.”<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup>David, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 14 November 2019

<sup>61</sup>Erna, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 15 November 2019

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan David dan Erna dapat dikatakan bahwa informan mengungkapkan kerelaan hati dengan memberikan uang kembalian berbelanja dalam bentuk donasi dengan alasan duit yang dialihkan tidak seberapa besar nominalnya dan untuk masalah ketidakjelasan informasi dari pegawai Alfamart kemana uang akan didonasikan tidak menjadi permasalahan.

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Zamhari, mengatakan:

“Saya yang bekerja sebagai supir truk, dalam hal berbelanja di Alfamart saya kurang lebih 5 kali dalam sebulan berbelanja di sana, saya berbelanja di Alfamart hanya seperlunya saja karena barang yang ingin dibeli ditempat lain tidak ada seperti parfum truk. Mengenai hal kembalian didonasikan saya merasa keberatan karena pihak kasir tidak memberitahu dulu disalurkan kemana uang tersebut, seharusnya pihak Alfamart terang-terangan akan uang donasi tersebut supaya jelas agar konsumen tidak bertanya-tanya. Mengenai puas atau tidaknya akan hal ini saya merasa kurang puas. Sejauh ini selama saya berbelanja disana saya tidak pernah merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja disana.”<sup>62</sup>

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Angga, mengatakan:

“Saya sebagai buruh harian mungkin bisa dikatakan berbelanja di Alfamart hanya 4 kali dalam sebulan. Alasan saya berbelanja disana karena dingin, nyaman dan barangnya lengkap. Dalam hal kembalian yang didonasikan saya pernah mendonasikan, kalau sekali tidak apa-apa didonasikan, tetapi saya merasa keberatan kalau setiap berbelanja kembalian saya didonasikan apalagi pihak kasir tidak memberikan informasi penyaluran uangnya kemana. Mengenai puas atau tidaknya dengan kebijakan kembalian yang didonasikan saya merasa kurang puas akan hal ini dan sayapun tidak pernah merekomendasikan ke orang lain untuk berbelanja disana.”<sup>63</sup>

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Zamhari dan Angga dapat dikatakan bahwa kedua orang konsumen ini mengungkapkan keberatan dengan adanya sistem pengalihan uang kembalian dalam berbelanja menjadi uang yang

---

<sup>62</sup>Zamhari, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 15 November 2019

<sup>63</sup>Angga, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 15 November 2019

didonasikan dan merasa tidak puas dengan cara permintaan pegawai Alfamart yang tidak memberikan kejelasan terhadap kemana laju uang yang didonasikan.

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada perdian, mengatakan:

“Saya adalah sebagai sopir travel, dalam hal berbelanja di Alfamart saya kurang lebih 7 kali berbelanja disana, alasan saya berbelanja disana karena banyak promo dan dekat dengan rumah. Mengenai kembalian berbelanja yang didonasikan, saya setiap kali berbelanja uang kembalian kisaran 200-500 saya selalu donasikan, mengapa saya mau mendonasikannya karena walaupun sedikit itu bisa berguna untuk orang lain. Jadi dengan adanya sistem pengalihan uang belanja dalam bentuk donasi saya tidak masalah dan saya ikhlas-ikhlas saja, untuk urusan uangnya nanti benar-benar didonasikan atau tidak bukan menjadi urusan saya lagi. Mengenai hal ini saya akan kembali berbelanja di Alfamart dan juga saya pernah merekomendasikan ke keluarga untuk berbelanja disana.”<sup>64</sup>

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Budi, mengatakan:

“Saya adalah seorang karyawan swasta. Saya adalah orang yang terhitung sering datang ke minimarket Alfamart, alasan berbelanja disana karena sering beli rokok. Untuk masalah kembalian yang didonasikan saya juga pernah mengalaminya, tetapi kadang kadang saja. Mengenai pelayanan pada minimarket Alfamart yang saya rasakan, saya merasa sudah puas dan jika uang kembalian didonasikan saya tidak masalah. Mengenai penolakan kembalian didonasikan hampir tidak pernah saya menolaknya apalagi kasirnya cewek, saya malu untuk menolaknya. tapi sebenarnya saya kalau mau jujur dalam pikiran saya sering bertanya kemana uang itu didonasikan karena tidak ada informasi langsung yang diberikan pihak alfamart mengenai uang itu disalurkan kemana. Menurut saya masalah kembalian didonasikan tanpa adanya informasi penyalurannya juga bisa mempengaruhi minat belanja konsumen, karena mungkin bisa membuat mereka kecewa ataupun tidak rela karena tidak tau uang itu digunakan untuk apa, tetapi kalau dari saya sendiri tidak masalah mengenai kembalian yang didonasikan, mau didonasikan atau tidak itu tanggung jawab pihak Alfamart setidaknya niat saya sudah baik dan sayapun akan kembali berbelanja di Alfamart. Selama saya berbelanja di Alfamart sayapun pernah merekomendasikan ke orang lain untuk berbelanja disana.”<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup>Perdian, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 16 November 2019

<sup>65</sup>Budi , Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 16 November 2019

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Safrudin, mengatakan:

“Saya adalah sebagai pensiunan, dalam sebulan mungkin hanya 2 kali berbelanja di Alfamart, itupun berbelanja disana karena bayar kredit dan membeli kebutuhan bulanan yang susah didapatkan di pasar. Waktu saya berbelanja disana saat melakukan pembayaran pernah diminta oleh kasir untuk mendonasikan kembalian, saya pun bersedia mendonasikannya, karena nominalnya kecil, dan kasir Alfamart tidak pernah memberikan informasi penyaluran tersebut tetapi saya tidak masalah dan rela-rela saja, itung-itung juga bisa beramal. Menurut saya kembalian yang didonasikan ini baik itu bisa mengingatkan kita akan hal saling peduli, dengan adanya hal ini saya akan tetap kembali berbelanja disana dan saya juga pernah merekomendasikan ke tetangga untuk berbelanja disana.”<sup>66</sup>

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ayu, mengatakan:

“Saya adalah sebagai ibu rumah tangga, kurang lebih 5 kali dalam sebulan saya berbelanja di Alfamart, itupun kebanyakan membeli kebutuhan pribadi seperti sabun, shampoo, dan lain-lain. Setiap saya berbelanja di Alfamart pada saat melakukan pembayaran hampir selalu diminta kembalian saya untuk didonasikan dalam nominal dibawah Rp 500,-. Dalam hal ini saya selalu donasikan setiap diminta oleh kasir pada saat melakukan pembayaran, alasan saya karena uang receh sekarang susah dicari, jadi saya maklumi saja kalau kembalian saya diminta untuk didonasikan. Karyawan Alfamart juga tidak pernah memberikan informasi apapun mengenai kelanjutan penyaluran uang ini, namun sayapun masih tetapi bersedia mendonasikan kembalian saya. Mengenai hal ini saya masih tetap berbelanja di Alfamart karena tidak mempengaruhi aktifitas berbelanja saya dan sayapun pernah merekomendasikan ke orang-orang dekat rumah untuk berbelanja di Alfamart.”<sup>67</sup>

Dengan hasil wawancara Perdian, Budi, Safrudin dan Ayu dapat dikatakan 4 informan ini menyatakan kerelaan hati kalau kembaliannya didonasikan, walaupun tanpa informasi penyalurannya kemana itu tidak masalah bagi mereka, mau Alfamart donasikan atau tidak itu tidak masalah bagi mereka yang jelas niat mereka baik untuk mendonasikan agar bisa membantu sesama dan mereka mengatakan puas dengan sistem kembalian yang didonasikan.

---

<sup>66</sup>Safrudin, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 16 November 2019

<sup>67</sup>Ayu, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 16 November 2019

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Acoy, mengatakan:

“Saya sebagai sopir mobil angkutan, dalam sebulan berbelanja di Alfamart hanya 3 kali, alasan saya belanja disana untuk membayar kredit motor, listrik. Mengenai kembalikan didonasikan, saya pernah mendonasikannya, tapi kasir Alfamart tidak pernah memberikan informasi kepada saya, sebenarnya donasi itu untuk apa, tentang kembalikan ini sebenarnya saya rela jika pihak Alfamart memberikan informasi yang jelas tentang kembalikan donasi tersebut, tapi kenyataannya di Alfamart tersebut tidak ada kejelasan terhadap penyaluran donasi tersebut. Kalau setiap berbelanja selalu diminta kembalikan saya didonasikan tanpa kejelasan saya merasa keberatan dan saya juga tidak merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja disana. Masalah kembali atau tidak saya berbelanja disana saya akan kembali tetapi bukan sebagai prioritas untuk berbelanja disana.”<sup>68</sup>

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Danti, mengatakan:

“Saya sebagai mahasiswa, saya bisa dihitung hanya 5 kali berbelanja di Alfamart dalam sebulan. Mengenai kembalikan yang didonasikan pada saat berbelanja di Alfamart, saya pernah mengalaminya walaupun tidak sering. tapi dengan adanya kembalikan yang didonasikan saya kurang senang karena tidak ada kejelasan dalam hal ini, memang donasi itu baik tetapi kan harus jelas penyaluran uang dan digunakan untuk apa uang tersebut. Untuk pelayanan Alfamart tersebut saya sudah merasa puas, namun kurang begitu puas jika kembalikan saya diminta untuk didonasikan, walaupun sebenarnya saya tidak masalah. Saya pernah menolak saat diminta kasir kembalikan saya supaya didonasikan, tetapi kata kasir tidak ada uang koinnya. Menurut saya ada pengaruhnya ke konsumen jika kembalikan itu didonasikan karena dengan ketidak ada kejelasan penyaluran uangnya kemana dan pada saat mau menolak untuk mendonasikan alasanya karena tidak ada uang koin jadi saya sendiri sebagai konsumen merasa keberatan untuk mendonasikan kembalikan saya. Sejauh ini saya tidak pernah merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di Alfamart, karena memang saya kurang puas dengan sistem pengembalian uang dalam bentuk donasi.”<sup>69</sup>

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Rina, mengatakan:

“Saya sebagai ibu rumah tangga, saya ke Alfamart hanya 3 kali dalam sebulan, alasan saya berbelanja disana karena untuk membeli barang-barang yang memang jarang ada dipasar seperti susu bayi, sereal bayi, dan lain-lain.

---

<sup>68</sup>Acoy, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 15 November 2019

<sup>69</sup>Danti, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 115 November 2019

Untuk kembalian yang didonasikan saya pernah mengalaminya dan saya donasikan, setiap berbelanja di Alfamart tidak selalu diminta untuk didonasikan tetapi sekali-sekali ada. mengenai pelayanan Alfamart itu sendiri saya merasa cukup puas, untuk kembalian yang didonasikan saya merasa keberatan, alasan saya merasa keberatan karena pihak Alfamart tidak memberi kejelasan lebih lanjut tentang donasi tersebut, seharusnya diberikan informasi penyaluran uang itu kemana, dari pada ketidak jelasan tersebut mending setiap kembalian belanja itu uang koin itu saya kumpul, nantinya bisa jajan anak saya, itu lebih jelas ada gunannya. Menurut saya kembalian yang didonasikan ini bisa membuat kecewa para konsumen, tetapi kalau pihak Alfamart memberikan informasi penyalurannya kemana, itu tidak masalah saya setuju-setuju saja. Dalam hal merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di Alfamart saya tidak pernah merekomendasikannya. Akan tetapi dengan adanya sistem pengembalian uang dalam bentuk donasi saya setuju-setuju saja.”<sup>70</sup>

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Sari, mengatakan:

“Saya sebagai ibu rumah tangga, dalam sebulan mungkin hanya 2 kali berbelanja di Alfamart. Alasan saya berbelanja di Alfamart karena ada kebutuhan yang ingin dibeli yang ditempat lain tidak ada. Masalah kembalian didonasikan, saya pernah diminta untuk didonasikan kembalian saya dan saya mendonasikannya dan tidak pernah menolaknya karena nominalnya kecil jadi saya tidak masalah sekalian untuk sedeqah juga. Menurut saya kembalian yang didonasikan ini, sebagian orang terpaksa sebagian juga mungkin sekalian bisa sedeqah, kalau seperti saya yang berbelanja sekali-sekali itu tidak masalah, cuman kalau misalkan saya sering berbelanja disana kembaliannya selalu diminta untuk didonasikan sayapun merasa keberatan juga, apalagi kasir tidak memberikan informasi penyaluran uangnya kemana, mungkin bisa jadi tidak didonasikannya uang tersebut karena ketidak jelasan akan hal ini, alangkah baiknya pihak Alfamart memberikan informasi yang jelas terhadap penyaluran uang tersebut biar tidak ada salah paham. Dalam hal ini saya tidak pernah merekomendasikan ke orang untuk berbelanja di Alfamart, namun dalam hal kembali berbelanja atau tidak di Alfamart mungkin bisa kembali tetapi bukan sebagai prioritas untuk berbelanja disana . Dan untuk masalah kerelaan hati, saya bisa ikhlas-ikhlas saja tetapi dengan cara menarik uang kembalian sebagai bentuk donasi yang tanpa penjelasan oleh pihak Alfamart saya merasa tidak puas.”<sup>71</sup>

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Doni Indra Saputra, mengatakan:

---

<sup>70</sup>Rina, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 14 November 2019

<sup>71</sup>Sari, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 15 November 2019

“Saya sebagai karyawan swasta dalam sebulan sekitaran 4 kali berbelanja di Alfamart itu pun kebanyakan membeli susu anak. Pada saat melakukan pembayaran saya pernah diminta oleh kasir untuk mendonasikannya kembali saya dan saya donasikan, dalam hal ini saya tidak pernah menolak karena malu menolaknya dan nominalnya juga kecil dibawah Rp 500,-, namun terlepas dari itu dengan pihak kasir tidak memberikan informasi apapun mengenai donasi ini, saya merasa keberatan karena bukan masalah nominalnya tetapi caranya yang kurang, seharusnya kan diberi tau penyalurannya kemana, biar saya sebagai konsumen tidak berfikiran buruk akan hal ini. Mengenai hal ini saya akan kembali berbelanja disana kalau barang saya cari tidak ada ditempat lain dan saya tidak pernah merekomendasikan Alfamart kepada orang lain. Untuk masalah kerelaan hati atas sistem pengembalian uang dalam bentuk donasi awalnya saya rela-rela saja tetapi jika keseringan dan tanpa penjelasan pun saya merasa kurang puas dan kurang tertarik lagi berbelanja disana.”<sup>72</sup>

Pendapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Zulfikar, mengatakan:

“Saya sebagai pedagang pupuk tanaman, saya berbelanja di Alfamart itu kira-kira 3 kali terkadang tidak menentu, alasan saya berbelanja disana karena kebetulan dekat dengan rumah. Mengenai kembalian bentuk donasi tidak terlalu sering saya donasikan tetapi sekali-sekali pernah. Alasan saya mendonasikannya karena berhubung uang kembalian itu dibawah Rp 500,-. Selama saya berbelanja disana tidak pernah karyawan Alfamart memberi informasi tentang donasi tersebut dan setiap saya berbelanja jika kembalian tersebut dibawah Rp 500,- selalu diminta untuk didonasikan. Menurut saya tentang hal ini tidak baik dilakukan oleh karyawan Alfamart karena kurang memberikan informasi pada konsumen dan saya pribadi merasa tidak puas dengan sistem kembalian donasi seperti ini yang terkesan memaksa. Untuk berbelanja di Alfamart saya akan kembali lagi kesana walaupun bukan prioritas dan tidak pernah saya merekomendasikan untuk berbelanja disana.”<sup>73</sup>

Dari hasil wawancara dengan informan Acoy, Danti, Rina, Sari, Doni, dan Zulfikar menyatakan keberatan akan sistem kembalian yang didonasikan ini, karena ketiadaan informasi lanjutan mengenai penyaluran dan juga pihak minimarket Alfamart tidak terbuka dengan sistem pengembalian bentuk donasi. Mereka merasa tidak puas mengenai hal ini, karena menurut mereka sistem ini bersifat memaksa dan sebagai konsumen tidak bisa menolak.

---

<sup>72</sup>Doni Indra Saputra, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 17 November 2019

<sup>73</sup>Zulfikar, Konsumen Minimarket Alfamart Almahera II, Wawancara pada tanggal 17 November 2019.

## **B. Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Pengembalian Uang Dalam Bentuk Donasi**

Dari hasil wawancara dari 18 orang terdapat 12 orang tidak rela uang kembaliannya didonasikan dikarenakan ketiadaan informasi kemana penyaluran uang tersebut dan juga pihak minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya tidak jujur mengenai penyaluran ini, karena pada saat konsumen bertanya, pihak alfamart tidak mengetahui kemana penyaluran uang kembalian yang didonasikan tersebut. Sedangkan 6 orangnya lagi menyatakan kerelaan hati kmengenai pengembalian dalam bentuk donasi tersebut karena nominalnya kecil dan walaupun tanpa informasi penyalurannya kemana, serta mengenai disalurkan atau tidaknya oleh Alfamart uang kembalian yang didonasikan tersebut, itu tidak masalah bagi mereka yang jelas niat mereka baik untuk mendonasikannya agar bisa membantu sesama.

## **C. Pembahasan**

1. Kepuasan konsumen Minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu pada pengembalian uang kembalian dalam bentuk donasi.

Merebaknya pasar modern seperti minimarket mengubah gaya belanja konsumen, kebersihan dan keamanan barang yang dijual, menjadi alasan minimarket dilirik sebagai tujuan berbelanja, dibandingkan pasar tradisional.

Pasar modern seperti minimarket seakan telah menjadi magnet yang mempunyai daya tarik kuat pada masyarakat. Hal ini tentunya mendatangkan banyak keuntungan yang besar bagi pihak pengelola minimarket, namun bukan berarti dengan begitu pihak minimarket tidak menemui kendala apapun dalam menjalankan usahanya. Berbagai persoalan harus dihadapi oleh pengelola

minimarket, mulai dari masalah persaingan usaha, pemasaran produk dan masalah penyediaan uang kembali.

Saat ini penyedia uang receh memang menjadi suatu masalah yang klasik bagi para pedagang. Masalah tersebut muncul seiring dengan perkembangan perekonomian saat ini. Uang receh seakan menjadi barang yang sulit untuk diperoleh. Jumlah yang beredar dimasyarakat semakin sedikit, sehingga keberadaannya pun semakin langka dan kelangkaan ini menyebabkan banyak para pedagang ritel kesulitan disaat harus menyediakan uang receh untuk diberikan kepada pembelinya yang memiliki uang sisa pembelian.

Hal ini yang memaksa para pedagang khususnya pengelola minimarket Alfamart yang melakukan sistem pengembalian dalam bentuk donasi. Dengan hal ini pengelola minimarket Alfamart akan sedikit dimudahkan dalam mengembalikan uang sisa pembelian milik konsumen. Dan sistem kembalikan dalam bentuk donasi seperti ini telah banyak dijumpai, tak terkecuali di minimarket Alfamart Almahera II kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu.

Berdasarkan hasil penelitian kepada konsumen minimarket Alfamart Almahera II di kelurahan Surabaya kecamatan Sungai Serut tentang kepuasan konsumen pada pengembalian uang kembalikan dalam bentuk donasi terdapat 18 informan konsumen minimarket Alfamart Almahera II dikelurahan Surabaya kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu yang menjadi informan, dari 18 informan terdapat 12 informan mengatakan tidak puas dan 6 informan mengatakan puas.

Kepuasan konsumen minimarket Alfamart Almahera II di kelurahan Surabaya Kota Bengkulu 18 konsumen yang menjadi informan penelitian 12 diantaranya tidak puas dan 6 orang konsumen puas. Pengukuran kepuasan

konsumen merupakan hal yang penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih efisien dan lebih efektif. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Kepuasan kosumen salah satunya dapat dilihat dari *re-purcas*, *word of mount* dimana konsumen akan kembali lagi untuk mencari barang/jasa, mengatakan pesan yang baik dan memutuskan untuk kembali berbelanja di tempat yang sama.

Pada kenyataannya konsumen yang menjadi informan merasa tidak puas dan menyatakan bahwa tidak akan kembali lagi ke Alfamart untuk membeli barang yang dicari di karenakan sistem donasi yang ada di Alfamart tersebut tidak ada kejelasan, tidak transparan, bersifat memaksa dan tidak merekomendasikan serta tidak ingin berbelanja di Alfamart tersebut. Namun, sebagian konsumen yang merasa puas dengan sistem pengembalian uang dalam bentuk donasi, sebab konsumen mengatakan ikhlas dengan alasan kemanusiaan walaupun tidak ada kejelasan kemana donasi tersebut akan ditujukan.

Jadi, kesimpulannya konsumen minimarket Alfamart Almahera II kelurahan Surabaya Kota Bengkulu, konsumen merasa tidak puas karena sistem donasi yang tidak jelas dan tidak ada informasi dari kasir ataupun dari pihak Alfamart tentang uang kembalian dalam bentuk donasi tersebut di serahkan. Ketidakpuasan konsumen tentunya sangat berpengaruh terhadap loyalitas dan kepercayaan, dengan demikian pelayanan yang baik tentu saja akan berdampak pada kepercayaan, dikarenakan konsumen yang merasa puas pasti akan datang lagi bahkan kemungkinan akan mengajak orang untuk ikut berbelanja di Alfamart tersebut. Pelayanan yang baik serta kejelasan informasi terhadap uang dalam bentuk donasi secara tidak langsung juga akan meningkatkan kepercayaan

konsumen. Dalam hal ini kejelasan informasi dari manajemen Alfamart wajib untuk diterapkan agar pengembalian uang dalam bentuk donasi tidak menjadi kerancuan dan kebingungan konsumen.

## 2. Tinjauan etika bisnis Islam pada pengembalian uang dalam bentuk donasi di Minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu

Donasi sama dengan infak. Kata infak di dalam Al Qur'an kadang dipakai untuk mengeluarkan harta (zakat) atas hasil kerja dan hasil bumi (panen). Ini dijabarkan dalam surat Al Baqarah ayat 267 yang artinya hai orang-orang yang beriman, keluarkanlah zakat sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Berbeda dengan sedekah dan zakat yang hukumnya wajib, adalah ibadah untuk mendekatkan diri pada Allah.<sup>74</sup>

Dengan demikian donasi dalam Islam diperbolehkan karena disamakan dengan infak, dan infak merupakan perbuatan baik dengan mengeluarkan sedikit harta untuk diberikan kepada umat yang memerlukan serta donasi memiliki manfaat yaitu ikut andil untuk membantu orang lain yang kesulitan.

Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dalam perspektif Al-Qur'an dan Hadist, yang bertumpu pada 6 prinsip, yaitu kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.<sup>75</sup>

Berprinsip pada prinsip kebenaran yang selain mengandung makna kebenaran lawan kesalahan, mengandung juga unsur kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam

---

<sup>74</sup><https://www.slideshare.net/AlifannuurAlAzhar/pengertian-dan-manfaat-donasi>

<sup>75</sup>Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 74

bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.<sup>76</sup>

Dalam etika bisnis Islam pada prinsip kebenaran yaitu unsur kebajikan yang dimaksud sikap kerelaan sesama dalam bertransaksi, namun nyatanya yang didapatkan peneliti dilapangan banyak konsumen yang tidak rela dengan uang kembalian yang didonasikan, seharusnya dalam melakukan transaksi pada sebuah bisnis yaitu mengutamakan saling rela dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Dan juga dalam hal unsur kejujuran seharusnya sikap jujur yang ditunjukkan dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun sangat diutamakan, namun ternyata yang ditemukan pihak minimarket Alfamart bersikap tidak jujur tentang pengembalian uang dalam bentuk donasi, karena pada saat ditanya konsumen ke kasir Alfamart Almahera II, pihak kasir pun tidak tahu kemana penyaluran uang yang didonasikan. Jadi dalam hal ini terdapat unsur ketidak jujuran pada pihak pegawai Alfamart selaku yang meminta uang kembalian untuk di donasikan sehingga menyebabkan hilangnya unsur kebajikan pada pihak konsumen sebagai pemberi donasi.

Dengan demikian, tinjauan etika bisnis Islam pada pengalihan uang kembalian konsumen dalam bentuk donasi di Minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

---

<sup>76</sup>Miftakhul Huda, *Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam*, Kediri. Jurnal El-Faqih, Vol 5, No 1, (April 2019), h. 100-103 dikutip pada hari selasa 16 juli jam 20:33

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dengan konsumen minimarket Alfamart Almahera II di kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu. dari 18 orang yang diwawancara terdapat 12 orang yang menyatakan ketidakpuasan terhadap pengembalian uang dalam bentuk donasi dan 6 orang menyatakan kepuasan mengenai pengembalian uang dalam bentuk donasi dengan alasan ikhlas untuk kemanusiaan. Ketidak puasan dengan sistem uang kembalikan dalam bentuk donasi tersebut dikarenakan konsumen merasa sistem donasi dari manajemen Alfamart bersifat tidak transparan dan ketidakjelasan akan informasi penyaluran kembalikan uang donasi tersebut

Tinjauan etika bisnis Islam pada pengembalian uang dalam bentuk donasi di minimarket Alfamart Almahera II kelurahan Surabaya berdasarkan prinsip etika bisnis Islam adalah tidak sesuai dengan prinsip kebenaran yaitu unsur kebajikan dan kejujuran dalam etika bisnis islam, karena dalam hal unsur kebajikan terdapat banyak konsumen yang tidak rela uang kembaliannya didonasikan dan juga dalam hal unsur kejujuran pihak minimarket Alfamart Almahera II Kelurahan Surabaya bersikap tidak jujur ataupun tidak transparan tentang pengembalian uang dalam bentuk donasi,

## **B. Saran**

1. Bagi Alfamart Alamaheera II kelurahan Surabaya hendaknya memberikan informasi yang jelas dan transparan terhadap uang kembalian konsumen yang di donasikan agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.
2. Untuk peneliti selanjutnya, agar dapat meneruskan kembali penelitian ini diwaktu mendatang agar diketahui bagaimana perkembangannya dan menjadikan penelitian ini menjadi lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar. 2001.
- Agustiningtyas, Dyah. *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri, 2018.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press. 2009.
- Chalil, Zaki Fuas. *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta : erlangg. 2016.
- Dari, Suci Wulan. *Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Didalam Ngabean Resto*. Skripsi Sarjana Program Studi Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta Tahun 2015.
- Daryanto., Ismanto Setyabudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. cet.I. Yogyakarta. Gava Media, 2014.
- Data profil kelurahan Surabaya tahun 2018. Diambil 17 September 2019
- Departemen Agama. *Al-qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: PT. Insan Media Pustaka. 2013.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Francis, Tanri. *Pengantar Bisnis*. (Jakarta: Raja Grafindo persada. 2009).
- Huda, Miftakhul. *Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam*". Kediri, Jurnal El-Faqih. Vol 5. No 1. (April 2019).

<http://hani309.blogspot.com/2016/12/kepuasan-konsumen-customers>

[satisfaction.html](http://hani309.blogspot.com/2016/12/kepuasan-konsumen-customers-satisfaction.html). Dikutip Pada Tanggal 23 Juli 2019

<https://www.dictio.id/t/faktor-faktor-apa-saja-yang-mempengaruhi-kepuasan>

[pelanggan/14450/2](https://www.dictio.id/t/faktor-faktor-apa-saja-yang-mempengaruhi-kepuasan-pelanggan/14450/2). Dikutip Pada Tanggal 23 Juli 2019

<https://www.slideshare.net/AlifannuurAlAzhar/pengertian-dan-manfaat-donasi>.

Dikutip Pada Tanggal 25 Juli 2019.

[http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/11350/Bab%20IV.pdf?se](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/11350/Bab%20IV.pdf?sequence=7&isAllowed=y)

[quence=7&isAllowed=y](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/11350/Bab%20IV.pdf?sequence=7&isAllowed=y). Dikutip Pada Tanggal 10 September 2019.

<https://oridiansyah.wordpress.com/sejarah-visi-misi-kantor/>.

Dikutip Pada

Tanggal 10 September 2019.

Indri. *Hadis Ekonom*. Jakarta: Kharisma Utra Utama. 2015.

Ismarani, *Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Pengalihan Listrik Pascabayar Ke Listrik Prabayar Perspekti Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Singaran Pati Kota Bengkulu, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Tahun 2018)*.

Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syariah*. Cet. 1. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Muslim, Abdurohman. *Pengaruh Efisiensi Keuangan Dan Pembatasan Pemberian Dana Pada Jumlah Donasi Individual*". Skripsi Sarjana Universitas Diponegoro Semarang Tahun 2013.

Muslich. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekonesia. 2004.

P3EI. *Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada. 2012.

- P, Kotler dan Amstrong, *principle dan marketing, alih bahasa A. sandiwan Suharto*. California : pearson/prentice hall, 2015.
- Qordawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press. 1997.
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari. *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*. Cet. 1. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Rini, Restu Puspita. *Analisis Pengaruh Trust in Brand, Kualitas Pelayanan, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Brand Loyalty Pada Produk Speedy Telkom*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2011.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: rajawali pers. 2014.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam*. Jakarta : Raja grafindo persada, 2014.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku konsumen*. ed.I. Yogyakarta: ANDI. 2013.
- Sanyoto, Puji. *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Centro Futsal*. Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Keolahragaan Fakultas Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta Tahun 2011.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. *Metedeologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Simanjuntak, Immanuel Wiragust Cakra H. "*Perbedaan Tingkat Kepuasan Konsumen Indomaret Dan Alfamart*", Yogyakarta: Skripsi, Manajemen dan Fakultas Ekonomi, 2019.

- Sugiyono. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Suwardi. *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*.  
Semarang: Politeknik Negeri, 2011.
- Subandi, Bambang. *Bisnis Sebagai Strategi Islam*. Surabaya: Paramedia. 2000.
- Sucica. *Persepsi Konsumen Terhadap Pembulatan Uang Sisa Pembelian Menurut  
Perspektif Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri 2013.
- Syafe'i, Rahmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung : pustaka setia, 2001.
- Turmudzi. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pendayagunaan Infaq Melalui  
Yayasan Abdi Muslim Pancasila (YAMP)*. Bandar Lampung: IAIN Raden  
Intan. 1994.
- Wadji, Farid dan Suhrawardi K Lubis. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta. Sinar  
Grafika. 2012.