

**PERAN ETIKA KEPEMIMPINAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS KONSUMEN KONVEKSI “EXTRA WASH” KECAMATAN SIMAN
KABUPATEN PONOROGO.**

SKRIPSI



Oleh :

RIA FARISKA

NIM : 401200278

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2024

**PERAN ETIKA KEPEMIMPINAN ISLAMIS DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS KONSUMEN KONVEKSI “EXTRA WASH” KECAMATAN SIMAN
KABUPATEN PONOROGO.**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Strata Satu (S-1)**



Oleh :

RIA FARISKA

NIM : 401200278

Pembimbing :

Dr. LUHUR PRASETIYO, M.E.I.,

NIP. 197801122006041002

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2024



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa proposal skripsi atas nama :

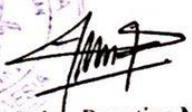
NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Ria Fariska	401200278	Ekonomi Syariah	Peran Etika Kepemimpinan Islami Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Konveksi "Extrawash" Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

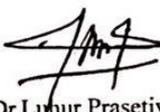
Ponorogo, 14 Mei 2024

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah




Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,



Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.
NIP 197801122006041002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Peran Etika Kepemimpinan Islami Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Konveksi Extrawash Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo.
Nama : Ria Fariska
NIM : 401200278
Judul : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang

Faruq Ahmad Futaqi, M.E.,
NIP 198311262019031006


(.....)

Penguji I

Ridho Rokhamah, S.Ag., MSI
NIP 197412111999032002


(.....)

Penguji II

Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP 197801122006041002


(.....)

Ponorogo, 04 Juni 2024

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Prof. Dr. H. Didi Hadi Aminuddin, M. Ag.

NIP 197207142000031005

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ria Fariska

NIM : 401200278

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul

PERAN ETIKA KEPEMIMPINAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS
KONSUMEN KONVEKSI EXTRAWASH KECAMATAN SIMAN KABUPATEN
PONOROGO.

Secara Keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang
dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 6 Mei 2024

Pembuat Pernyataan,




Ria Fariska

NIM 401200278

ABSTRAK

Fariska. Ria Peran Etika Kepemimpinan Islami dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Konveksi Extrawash Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo. *Skripsi*. 2024, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing : Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.,

Kata kunci: Etika Kepemimpinan Islam, Loyalitas

Etika kepemimpinan Islam adalah sebuah konsep yang mengacu pada praktik-praktik kepemimpinan yang sesuai dengan ajaran dan nilai-nilai Islam. Dalam Islam, kepemimpinan tidak hanya dipandang sebagai sebuah tanggung jawab organisasional atau politik semata, tetapi juga sebagai amanah atau trust yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab dan integritas. Praktik kepemimpinan dalam Islam didasarkan pada prinsip-prinsip yang mendasari agama tersebut, seperti kejujuran (*sidq*), adalah landasan utama dalam etika kepemimpinan Islam. Amanah, atau kepercayaan, menuntut pemimpin untuk bertindak sesuai dengan kepentingan umum dan untuk memenuhi amanah yang telah diberikan kepadanya oleh Allah. Keberanian dalam menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain (*tabligh*) dan kecerdasan dalam mengambil keputusan (*fathonah*) juga merupakan bagian integral dari etika kepemimpinan Islam. Praktik-praktik ini tidak hanya berlaku dalam konteks kehidupan pribadi, tetapi juga dalam kepemimpinan di tingkat masyarakat, organisasi, dan negara.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis peran etika kepemimpinan islami dalam meningkatkan loyalitas konsumen konveksi Extrawash, faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika kepemimpinan islami di konveksi Extrawash dan dampak etika kepemimpinan islami dalam meningkatkan loyalitas konsumen konveksi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sedangkan langkah yang digunakan dalam teknik pengumpulan datanya dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Peran etika kepemimpinan islami dalam meningkatkan loyalitas konsumen konveksi Extrawash mendapatkan hasil yang positif, pemilik usaha Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai etika kepemimpinan Islam menjadi landasan yang kuat dalam membentuk hubungan yang positif antara perusahaan dan konsumen. Prinsip kejujuran dan kepercayaan. Komunikasi yang baik serta inovatif yang dipegang teguh oleh pemilik menciptakan lingkungan kerja yang baik serta lingkungan bisnis yang transparan dan dapat dipercaya oleh konsumen.

MOTTO

خَيْرُ أُمَّتِكُمُ الَّذِينَ تَحِبُّونَهُمْ وَيَحِبُّونَكُمْ، وَتُصَلُّونَ عَلَيْهِمْ وَيُصَلُّونَ عَلَيْكُمْ .

“Sebaik-baik pemimpin kalian adalah orang-orang yang kalian cintai dan mencintai kalian, kalian mendoakan mereka dan mereka pun mendoakan kalian.”

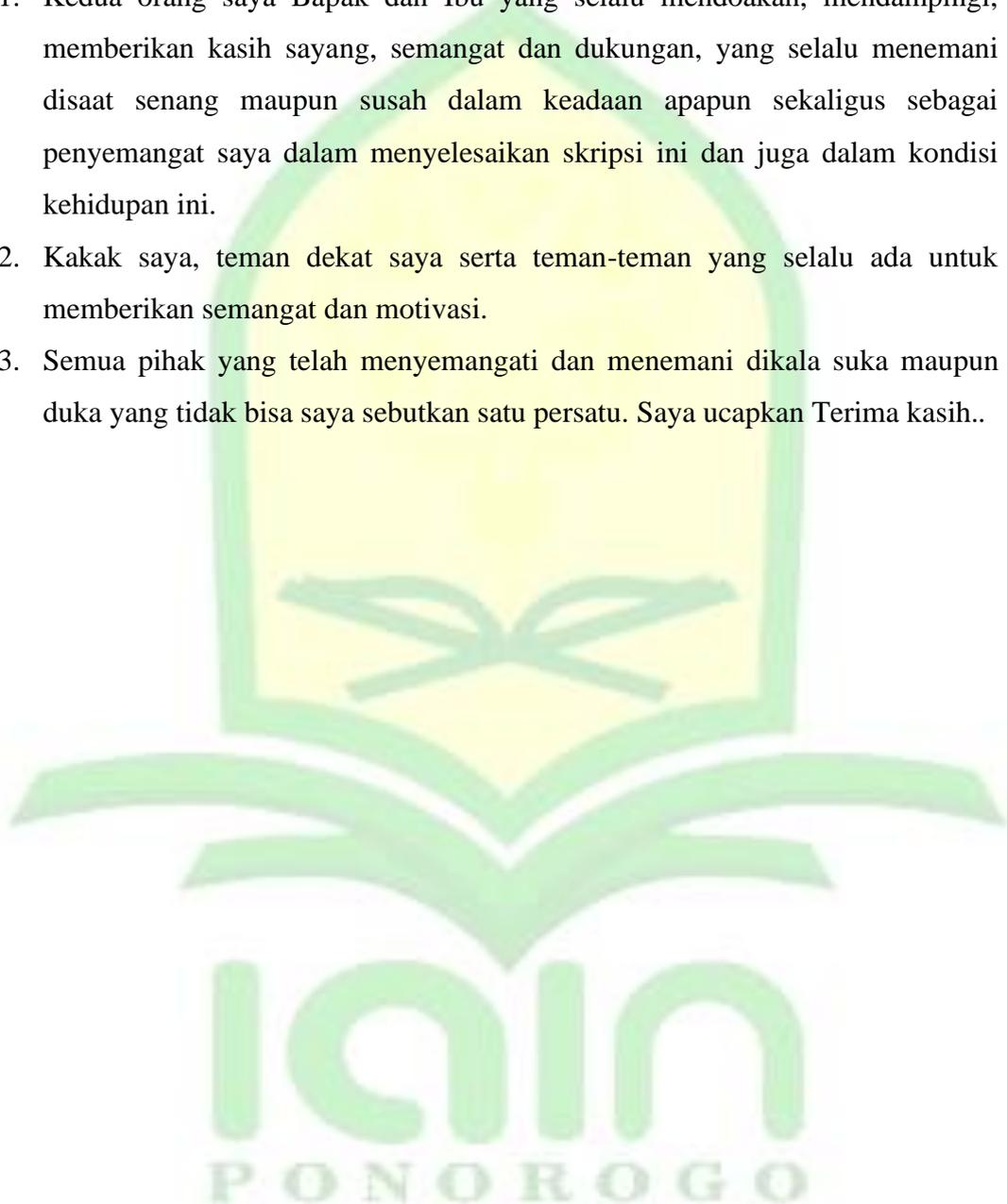
Hadis sahih -Muslim



PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT dan ucap Alhamdulillahirobbil'alaamiinn, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang saya Bapak dan Ibu yang selalu mendoakan, mendampingi, memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan, yang selalu menemani disaat senang maupun susah dalam keadaan apapun sekaligus sebagai penyemangat saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan juga dalam kondisi kehidupan ini.
2. Kakak saya, teman dekat saya serta teman-teman yang selalu ada untuk memberikan semangat dan motivasi.
3. Semua pihak yang telah menyemangati dan menemani dikala suka maupun duka yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Saya ucapkan Terima kasih..



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala nikmat dan kasih sayang, taufik, hidayah, kekuatan, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir, yaitu skripsi dengan judul “Peran Etika Kepemimpinan Islami Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Konveksi “*Extrawash*” Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo.” Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, serta keluarga, sahabat dan penerus perjuangannya semoga kita diakui sebagai umatnya dan mendapat syafaat-Nya di hari akhir nanti. Aamiin. Penulis skripsi ini diajukan sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Stara Satu (S-1) Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Evi Muafiah, M. Ag. Rektor Institut Agama Islam Negeri Ponorogo yang telah memberikan kesempatan penulis menimba ilmu di almamater tercinta.
2. Prof. Dr. H, Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
3. Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo, sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta melancarkan proses pendidikan penulis selama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hingga menyelesaikan skripsi ini.
4. Pemilik usaha konveksi Extrawash yang telah menizinkan

peneliti untuk melakukan penelitian.

Akhir kata, penulis menyadari dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu dengan kerendahan hati, saya mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu lainnya.

Wassaamu 'alaikum warahmatullahi Wabarakatuh

Ponorogo, 10 Februari 2024

Ria fariska



DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I	
PENDAHULUAN.....	11
A. Latar Belakang	11
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Studi Penelitian Terdahulu	5
F. Metode Penelitian	9
G. Sistematika Pembahasan	13
BAB II	
ETIKA KEPEMIMPINAN ISLAM DAN LOYALITAS KONSUMEN.....	15
A. Pengertian Etika	15
B. Pengertian Etika kepemimpinan.....	16
C. Etika Kepemimpinan dalam Islam	17
D. Pengertian Loyalitas Konsumen	24
E. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	26
BAB III	
ETIKA KEPEMIMPINAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN DI KONVEKSI EXTRAWASH KECAMATAN SIMAN KABUPATEN PONOROGO.....	28

A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	28
B.	Implementasi Etika Kepemimpinan Islami di Konveksi Extrawash.....	31
C.	Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi Etika Kepemimpinan Islami di Konveksi Extrawash.	44
D.	Dampak Etika Kepemimpinan Islami terhadap Loyalitas Konsumen di Konveksi Extrawash.....	48
BAB IV		
ANALISIS PERAN ETIKA KEPEMIMPINAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN DI KONVEKSI EXTRAWASH KECAMATAN SIMAN KABUPATEN PONOROGO.....		
A.	Analisis Implementasi Etika Kepemimpinan Islami di Konveksi Extrawash.....	54
B.	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika kepemimpinan islami di Konveksi Extrawash.	64
C.	Analisis dampak etika kepemimpinan islami terhadap loyalitas konsumen di Konveksi Extrawash.	67
BAB V		
PENUTUP		72
A.	Kesimpulan	72
B.	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		78
A.	Dokumentasi	78
B.	Daftar Pertanyaan Wawancara	79
C.	Hasil Cek Plagiasi	81
RIWAYAT HIDUP		82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Etika dan kepemimpinan saling beririsan pada sejumlah titik waktu. Kepemimpinan yang transformasional memiliki implikasi etika ketika para pemimpin ini mengubah cara berpikir dari pengikutnya. Karisma juga memiliki komponen etika. Para pemimpin yang tidak etis akan menggunakan karisma mereka untuk meningkatkan kekuasaannya atas para pengikutnya, diarahkan untuk melayani dirinya sendiri hingga akhir. Para pemimpin yang memberlakukan para pengikutnya dengan keadilan, terutama dengan memberikan kejujuran, sering berkunjung, dan informasi yang akurat, maka akan terlihat menjadi lebih efektif.

Etika Merupakan sifat yang memiliki timbal balik yang penting bagi seorang pemimpin, hal ini karena jika kepemimpinan dilandasai etika yang baik, maka banyak pengikutnya yang akan berempati dan mudah mengikuti arahan dari pimpinannya. Namun sebaliknya jika pemimpin tidak memiliki etika, maka kecenderungan bawahan kurang respect dan sulit untuk tunduk mengikuti perintahnya. Hal ini mengisyaratkan etika merupakan bagian dari terciptanya kepemimpinan yang kharismatik dan menciptakan budaya organisasi yang baik.

Dalam hal ini etika menjadi bagian yang tidak terpisahkan untuk menciptakan kepemimpinan yang efektif, sehingga akan berdampak kepada suasana organisasi yang dipimpinnya dan menjadikan kinerja para bawahannya menjadi baik dan optimal. Itu kesemuanya diperlukan sosok kepemimpinan yang memiliki etika dan integritas tinggi, sebab kepemimpinan yang memiliki etika dan intergritas tinggi mampu mengangkat motivasi kinerja bawahannya.¹

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan berubah dengan cepat, Usaha

¹ Salahuddin El Ayyubi and Sausan Anggi Anggraini, "Peran Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Pangan Di Kota Bogor," *Journal of Business & Banking* 6, no. 2 (February 1, 2019), <https://doi.org/10.14414/JBB.V6I2.1299>.

Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam menggerakkan ekonomi di Kabupaten Ponorogo. UMKM tidak hanya menjadi sumber pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga menjadi sarana penting untuk penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, UMKM sering kali dihadapkan pada tantangan dalam mencapai loyalitas konsumen yang optimal.

Salah satu faktor kunci yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kepemimpinan. Kepemimpinan Islami menekankan prinsip-prinsip moral dan etika yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi dengan keadilan, integritas, dan transparansi. Dalam konteks usaha, implementasi etika kepemimpinan Islami dapat memengaruhi berbagai aspek operasional, termasuk produktivitas, dan kualitas. Dalam industri jasa seperti konveksi, faktor loyalitas konsumen memainkan peran yang krusial dalam memastikan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. UMKM, khususnya usaha konveksi seperti Extrawash, menjadi tulang punggung dalam menyediakan jasa ini di Kabupaten Ponorogo. Di tengah kompetisi yang ketat, loyalitas konsumen yang optimal menjadi kunci keberhasilan bisnis. Salah satu elemen kunci yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen adalah etika kepemimpinan yang dianut oleh pemilik atau manajer bisnis. Kepemimpinan Islami, yang berakar pada prinsip-prinsip moral dan etika Islam, menekankan pada keadilan, integritas, dan transparansi dalam mengelola bisnis. Dalam konteks Extrawash, implementasi etika kepemimpinan Islami dapat berpotensi mempengaruhi berbagai aspek operasional seperti pengelolaan staf, penjadwalan, manajemen inventaris, dan kualitas layanan.²

Sedangkan kepemimpinan dalam pandangan Islam, maka itu akan tertuju dan tidak lepas dari sosok Rasulullah sebagai role model kepemimpinan yang sudah dicontohkan beliau ketika menjadi Rasul dan sekaligus pemimpin umat Islam. Dalam Islam, agama, moral dan elemen spiritual mendominasi kepemimpinan Rasulullah SAW. Dan sudah sangat familiar bagi seorang muslim bahwa ada empat

² Unisversitas Stikubank, "ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM Sri Nawatmi" 9, no. 1 (2010): 50–58.

sifat kepemimpinan yang berhubungan dengan Rasulullah, yaitu Sidiq, amanah, fathonah dan tabligh. Empat sifat kepemimpinan Rasulullah SAW itu sebagai cerminan bagian dari indikator apakah seorang pemimpin itu sudah mencotok kepemimpinan Rasulullah atau belum. Sehingga hal ini menjadi kunci penting dalam menjalankan kepemimpinan untuk menerapkan sifat-sifat kepemimpinan.

Disisi lain dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, loyalitas konsumen memiliki peran yang sangat krusial dalam keberhasilan dan kelangsungan suatu perusahaan. Loyalitas konsumen tidak hanya menciptakan pendapatan yang konsisten, tetapi juga membentuk fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang. Dalam lingkungan di mana konsumen memiliki banyak opsi, memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas menjadi suatu keharusan bagi perusahaan. Perubahan tren mode, kualitas produk, dan pelayanan pelanggan menjadi elemen-elemen krusial yang dapat memengaruhi keputusan konsumen. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, konveksi "Extrawash" dihadapkan pada tuntutan untuk tidak hanya menciptakan produk berkualitas tinggi tetapi juga menjaga hubungan positif dengan pelanggan. Loyalitas konsumen bukanlah hasil yang mudah dicapai, terutama di era di mana pelanggan memiliki banyak pilihan dan dapat dengan cepat beralih ke merek lain.

Dalam konteks ini, peran etika kepemimpinan Islami menjadi semakin relevan. Etika kepemimpinan Islami mencakup nilai-nilai moral, kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial yang dapat membentuk budaya perusahaan dan memandu pengambilan keputusan. Penerapan prinsip-prinsip etika Islami dalam kepemimpinan dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif, meningkatkan kualitas produk, dan selanjutnya membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.³

Penelitian mengenai etika kepemimpinan Islami menjadi sangat relevan dan signifikan karena pemilik atau pemimpin konveksi Extrawash menjunjung tinggi ajaran Islam dalam kehidupan sehari-harinya.⁴ Dalam konteks ini, etika kepemimpinan Islami tidak hanya berfungsi sebagai panduan normatif, tetapi juga sebagai refleksi dari nilai-nilai personal yang diinternalisasi oleh pemimpin. Kepemimpinan Islami menekankan prinsip-prinsip seperti keadilan, transparansi,

³ Raizatul Hilma, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Pada UMKM Kampung Aree, Pidie," July 22, 2022, <http://repository.ar-raniry.ac.id>.

⁴ Alifah, "Wawancara, 18 Februari, 2024," n.d.

kejujuran, dan tanggung jawab sosial, yang semuanya berakar dalam ajaran Al-Qur'an dan Hadis. Pemimpin yang mempraktikkan etika ini cenderung menciptakan lingkungan kerja yang adil, harmonis, dan produktif, serta membangun kepercayaan dan loyalitas di antara karyawan dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana prinsip-prinsip etika Islami diterapkan dalam praktik kepemimpinan sehari-hari dan dampaknya terhadap kinerja organisasi. Namun, hingga saat ini, terdapat keterbatasan dalam pemahaman tentang sejauh mana etika kepemimpinan Islami mempengaruhi loyalitas konsumen di konveksi dan khususnya di Extrawash. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terhadap hubungan antara etika kepemimpinan Islami dengan loyalitas konsumen di Konveksi Extrawash Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana etika kepemimpinan Islami dapat memengaruhi loyalitas konsumen di Extrawash. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pemilik dan pemimpin Extrawash dalam mengoptimalkan etika kepemimpinan Islami untuk mencapai loyalitas konsumen yang lebih baik dan berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan kontribusi positif dalam memajukan usaha konveksi di Kabupaten Ponorogo.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diajukan adalah tentang peran etika kepemimpinan islam dalam meningkatkan loyalitas konsumen Konveksi Extrawash. Dalam konteks ini, terdapat beberapa poin yang perlu diperjelas:

1. Bagaimana implementasi etika kepemimpinan islami di konveksi Extrawash?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi implementasi etika kepemimpinan islami di Konveksi Extrawash?
3. Bagaimana dampak etika kepemimpinan islami terhadap loyalitas konsumen di Konveksi Extrawash?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis etika kepemimpinan islam diterapkan di Konveksi Extrawash.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi implementasi etika kepemimpinan islami di Konveksi Extrawash.
3. Untuk memahami dampak etika kepemimpinan islami terhadap loyalitas konsumen di Konveksi Extrawash.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai tentang peran etika kepemimpinan islam dalam meningkatkan loyalitas konsumen Konveksi Extrawash dapat memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menambah wawasan juga informasi mengenai etika bisnis Islam bagi para pembaca, baik mahasiswa maupun masyarakat secara umum. Juga dapat dijadikan bahan referensi jika tertarik dalam bidang yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. Memahami Hubungan antara Etika Kepemimpinan dan Loyalitas konsumen, penelitian ini dapat membantu dalam memahami hubungan antara penerapan etika kepemimpinan Islami dengan loyalitas konsumen di konveksi.
3. Memahami dampak etika kepemimpinan islami terhadap loyalitas konsumen, penelitian ini dapat membantu pemilik usaha maupun konsumen dalam memahami sejauh apa etika kepemimpinan islami berdampak pada loyalitas konsumen.

Sedangkan manfaat praktis adalah sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan panduan praktis kepada konveksi Extrawash dalam meningkatkan loyalitas konsumen melalui penerapan prinsip-prinsip etika kepemimpinan Islami.
2. Penelitian ini dapat membantu dalam membangun budaya organisasi yang lebih etis di konveksi Extrawash dengan mendorong pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip etika dalam keputusan dan tindakan sehari-hari.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Etika kepemimpinan adalah sejumlah sifat-sifat utama yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin agar kepemimpinannya dapat berjalan dengan efektif dan efisien untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditentukan sesuai norma dan nilai yang berlaku.

Raizatul Hilma, dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Umkm Kampung Aree Pidie”, yang menggunakan model Kuantitatif bahwa Hasil pengolahan dari penelitian ini memperlihatkan kejujuran dan keramahan/ihsan secara tidak langsung tidak terdapat pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel output SPSS 4.10 pada tabel uji t. Namun ketika variabel independen tersebut di uji secara simultan atau bersama-sama, hasil yang ditunjukkan berbanding terbalik yaitu seluruh variabel independen (kejujuran, keramahan/ihsan dan keadilan) memiliki hubungan dan juga berpengaruh positif serta signifikan terhadap variabel dependen (Loyalitas Konsumen).⁵

Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Loyalitas juga di kemukakan Muhammad Iklil dalam penelitiannya yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Ras Sablon Desa Weru Lor” menggunakan model Kuantitatif, bahwa Berdasarkan hasil observasi di lapangan bahkan sampai pada perolehan berkali-kali terdapat dimensi-dimensi menarik di lapangan, sehingga dari banyaknya dimensi tersebut untuk pembatasan lingkup penelitian maka perlu ditentukan fokus penelitian yaitu tentang materi penerapan etika bisnis islam untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di ras sablon Desa Weru lor Cirebon.⁶

Penelitian serupa juga dikemukakan oleh Markha Syarifah, yang berjudul “Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam dalam meningkatkan Loyalitas pelanggan pada Umkm Tempe Barokah Desa Jambearum Kecamatan Puger Kabupaten Jember tahun 2022”, bahwa Dampak implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Tempe Barokah dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dapat

⁵ 170602196 Raizatul Hilma, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Pada UMKM Kampung Aree, Pidie,” July 22, 2022, <http://repository.ar-raniry.ac.id>.

⁶ M. (Muhammad) Iklil, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Ras Sablon Desa Weru Lor Cirebon,” *Jurnal Syntax Admiration* 1, no. 1 (2020): 33–43, <https://www.neliti.com/id/publications/330776/>.

dilihat dari kualitas layanan, nilai yang dirasakan pelanggan dan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yaitu melayani pelanggan dengan baik dan memberi kehendak bebas terhadap pelanggan yang libur. Kepuasan pelanggan yaitu tempunya enak, gurih, padat tidak banyak gembosnya, meskipun dalam skala waktu dua sampai hari dikulka kualitas tempe tetap.⁷

Motivasi kerja berbasis islam juga diterapkan dalam bank syariah, Fina, Melyana dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Etika Kerja islam Dan kepemimpinan Transformasional terhadap Kinerja Karyawan dengan Budaya Organisasi islam Sebagai Variabel Moderasi”. menggunakan model kuantitatif bahwa berdasarkan penelitian yang dilakukan di dapatkan hasil bahwa etika kerja islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Bank Syariah Indonesia KCP Kalianda. Hal ini dikarenakan terbukti bahwa semakin tinggi etika kerja islam yang dimiliki seorang karyawan dalam bekerja maka akan semakin baik kinerja karyawan dalam melakukan pekerjaannya.⁸

Mufti Afif dan Emuzd Mudzahir dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Implementasi Kepemimpinan Islam di Toko Art Root Center & Furniture dalam prespektif Etika Bisnis Islam”. menggunakan metode kualitatif bahwasanya secara umum kepemimpinan islam menurut etika bisnis sudah diterapkan di Toko Art Root Center & Furniture, hal tersebut dapat dilihat pada hal pelaksanaan kewajiban dan tanggung jawab pihak toko yang secara keseluruhan telah terlaksana dengan baik, seperti meninggalkan kegiatan jual beli ketika masuk waktu shalat, memberikan hak karyawan sepenuhnya, untuk karyawan perempuan menggunakan hijab sesuai dengan syariat Islam, pelayanan yang baik (ramah dan sopan), jujur dalam bertransaksi, produk yang dijual memiliki kualitas yang baik.⁹

⁷ Markha Syarifah Al-Hababa, “Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Tempe Barokah Desa Jambearum Kecamatan Puger Kabupaten Jember Tahun 2022,” *Jurnal Skripsi*, 2022.

⁸ Melyana Fina, “PENGARUH ETIKA KERJA ISLAM DAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN BUDAYA ORGANISASI ISLAM SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kalianda),” December 8, 2022.

⁹ Mufti Afif and Emuzd Mudzahir, “Analisis Implementasi Kepemimpinan Islam Di Toko Art Root Center & Furniture Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Journal of Islamic Economics and Philanthropy* 2, no. 2 (2019): 297–305, <https://doi.org/10.21111/jiep.v2i02.3770>.

Penelitian terdahulu dosen IAIN Ponorogo sebagai berikut :

Penelitian serupa juga dikemukakan oleh Diah Ayu Rosianti dan Amin Wahyudi yang berjudul “Komunikasi Kepemimpinan Untuk Meningkatkan Kinerja Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus Pada UD Kaos Hasby)”, bahwa Dampak komunikasi pada UD Kaos Hasby adalah mempermudah kinerja pegawai dan permasalahan dapat terselesaikan, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi kepemimpinan yang terjadi di UD Kaos Hasby Mlarak sudah cukup baik dan menggunakan prinsip komunikasi Islami bertema Al-Qur’an, walaupun ada beberapa hal yang menjadi kendala dan perlu ditingkatkan.¹⁰

Penelitian selanjutnya oleh Ridha Maisaroh dan Maulida Nurhidayati, yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Strars Madiun 2”. Bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Besarnya pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen berpengaruh sebesar 66,5% dengan 33,5% dipengaruhi oleh variabel yang tidak masuk dalam model. Variabel harga memiliki kontribusi paling besar terhadap loyalitas. Toko Stars Madiun 2 harus lebih mempertimbangkan harga dengan matang, seperti memberikan harga yang lebih kompetitif, dan bermacam-macam dengan diiringi dengan kualitas produk yang baik. Setelah itu dapat dilakukan peningkatan promosi dan kualitas.¹¹

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai dan jenis data yang diperlukan maka penelitian ini ialah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian langsung yang dilakukan di lapangan atau kepada responden. Penelitian kualitatif

¹⁰ Diah Ayu Rosanti and Amin Wahyudi, “Komunikasi Kepemimpinan Untuk Meningkatkan Kinerja Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus Pada UD Kaos Hasby),” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 3, no. 2 (December 27, 2023): 359–67, <https://doi.org/10.21154/NIQOSIYA.V3I2.2516>.

¹¹ Ridha Maisaroh and Maulida Nurhidayati, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 1, no. 2 (2021): 197–216, <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i2.282>.

adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk verbal dan dianalisis tanpa teknik statistik. Penelitian kualitatif lebih menekankan kealamiah data, sehingga tidak ada pengkondisian tertentu pada objek, peneliti bertindak sebagai instrumen kunci dalam mendapatkan data. Datanya berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati, pendekatan yang digunakan bersifat induktif dan hasil lebih menekankan makna.

Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan cara memberikan pemaparan berupa penggambaran yang jelas tentang fenomena atau gejala sosial tersebut dalam bentuk rangkaian kata yang pada akhirnya akan menghasilkan sebuah teori. Alasan peneliti menggunakan metode kualitatif adalah untuk mengetahui kondisi, karakteristik, maupun definisi tertentu. Dalam penelitian ini, penulis berusaha untuk mencari informasi terkait bagaimana Peran Etika Kepemimpinan Islam dalam meningkatkan Loyalitas konsumen Konveksi Extrawash.¹²

2. Lokasi/Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di Koveksi Extrawash di kabupaten Ponorogo. Peneliti memilih lokasi tersebut dikarenakan peneliti ingin mengetahui apakah peran Etika Kepemimpinan Islam dapat meningkatkan loyalitas konsumen di Konveksi Extrawash dan apakah menemui permasalahan terkait keterkaitan kedua variabel tersebut sehingga, peneliti ingin meneliti lebih dalam mengenai Peran Etika Kepemimpinan Islam dalam meningkatkan Loyalitas konsumen Konveksi Extrawash.

3. Data dan Sumber Data

a. Data

Data adalah fakta, informasi, atau keterangan yang merupakan bahan baku dalam penelitian yang digunakan sebagai bahan pemecahan masalah atau mengungkapkan suatu gejala. Data dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan narasumber. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi. Data primer dalam penelitian ini yaitu data mengenai Peran Etika Kepemimpinan Islam dalam meningkatkan

¹² Noeng Muhadjir, "Metodologi Penelitian Kualitatif," 1996, <http://library.stik-ptik.ac.id>.

Loyalitas konsumen Konveksi Extrawash.

b. Sumber Data

- 1) Data tentang bagaimana implementasi etika kepemimpinan islam si konveksi Extrawash.
- 2) Data mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi implementasi etika kepemimpinan islami di konveksi Extrawash.
- 3) Data tentang bagaimana dampak etika kepemimpinan islami terhadap loyalitas konsumen di koveksi Extrawash.

4. Data Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Kelebihan metode observasi dibandingkan dengan metode survey adalah data yang dikumpulkan pada umumnya tidak terdistorsi, lebih akurat dan bebas.

Peneliti melakukan observasi dengan mengamati aktivitas yang dilakukan dan berkomunikasi dengan informan dengan melakukan observasi secara langsung terhadap objek penelitian dengan mengamati apa yang dikerjakan, mendengarkan apa yang diucapkan. Dalam hal ini peneliti datang langsung ke lokasi Desa Lembah, Babadan, Ponorogo dimana Konveksi Extrawash berada.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu tehnik yang dilakukan guna mendapatkan hal-hal yang diteliti lebih mendalam dengan menginterpretasikan situasi dan fenomena yang ada, dimana hal tersebut tidak ditemukan dalam tehnik observasi. Dalam hal ini peneliti melakukan tanya jawab langsung dengan pemimpin/pemilik Konveksi Extrawash.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan tehnik yang digunakan untuk mengumpulkan data tertulis dari pelaksanaan kegiatan sehari-hari pemilik dan karyawan di Konveksi Extrawash yang mengandung penjelasan

mengenai fenomena yang sesuai dengan permasalahan yang diangkat.

5. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data berasal dari data yang diperoleh baik dari lapangan maupun kepustakaan. Pengolahan data bertujuan untuk dapat menolong proses penelitian agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan, memecahkan dan menjawab persoalan yang sedang dipertanyakan dalam penelitian.

6. Teknik analisis data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep yang diberikan Miles dan Huberman yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas, dan datanya sampai jenuh. Aktivitas dalam analisis data, meliputi:

a. Reduksi Data

Dalam konteks penelitian reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lokasi penelitian. Reduksi data dengan demikian merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

b. Penyajian data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data adalah bentuk matriks, grafik, jaringan, bagan, dan sebagainya. Semuanya dirancang untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih.

c. Penarikan kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan data-data yang telah diperoleh dengan menggunakan metode induktif yang penarikan kesimpulan yang dinilai dari pernyataan atau fakta-fakta khusus menuju pada kesimpulan umum.

7. Pengecekan keabsahan data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep kesahihan validitas dan keandalan realibilitas. Untuk menentukan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan, yakni pemeriksaan didasarkan atas jumlah criteria tertentu ada empat criteria dalam menentukan keabsahan data yakni derajat kepercayaan, keteralihan, ketergantungan dan kepastian. Dalam keabsahan data diadakan pengecekan dengan teknik :

a. Ketekunan/keajegan pengamatan

Keajegan pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentatif. Mencari suatu usaha membatasi berbagai pengaruh. Mencari apa yang dapat diperhitungkan dan apa yang tidak dapat.

Hal itu berarti bahwa peneliti hendaknya mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol. Kemudian ia menelaahnya secara rinci sampai pada suatu titik sehingga pada pemeriksaan tahap awal tampak salah satu atau seluruh faktor yang ditelaah sudah dipahami dengan cara yang biasa.

b. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.¹³

¹³ “Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus - Muh. Fitrah & Luthfiyah - Google Buku,”

G. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan.

Berisi meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Studi Penelitian Terdahulu, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II. Teori Etika Kepemimpinan Islami dan Loyalitas Konsumen.

Pada bab ini merupakan bagian dari serangkaian teori yang digunakan untuk memecahkan permasalahan-permasalahan dalam penelitian yang akan diteliti. Teori-teori tersebut berkaitan dengan teori Etika Kepemimpinan islami dan Loyalitas Konsumen.

BAB III. Peran Etika Kepemimpinan Islami Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Konveksi “Extrawash” Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo.

Pada bab ini akan memaparkan data yang berkaitan tentang sejarah usaha yang diteliti. Pada rumusan masalah pertama data tentang bagaimana implementasi Etika Kepemimpinan Islami di konveksi Extrawash, faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika kepemimpinan islami di konveksi Extrawash, dan dampak Etika kepemimpinan islami terhadap loyalitas konsumen di konveksi Extrawash.

BAB IV. Analisis Peran Etika Kepemimpinan Islami Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Konveksi “Extrawash” Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo.

Dalam bab ini berisi hasil analisis dari data yang telah didapat berkaitan dengan teori yang digunakan sesuai tentang permasalahan- permasalahan tentang analisis etika peran etika kepemimpinan islami dalam meningkatkan loyalitas konsumen konveksi Extrawash.

BAB V. Penutup

Pada bab ini merupakan tahapan paling akhir dalam penulisan skripsi yang akan ditarik kesimpulan dari semua teori yang dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, setelah ditarik kesimpulan maka harus dicantumkan saran sebagai pendapat atau usulan yang dikemukakan untuk sebagai masukan dalam menjalankan suatu usaha.

BAB II

ETIKA KEPEMIMPINAN ISLAM DAN LOYALITAS KONSUMEN.

A. Pengertian Etika

Istilah “etika” dan “moral” dipergunakan secara bergantian sama saja memiliki maksud dan arti yang sama. Etika berasal dari bahasa latin “*etos*” yang artinya “kebiasaan” yang memiliki sinonim yaitu “moral”, juga berasal dari bahasa yang sama “*mores*” yang sama artinya yaitu “kebiasaan”. Sedangkan dalam bahasa arabnya “akhlak” bentuk jamaknya dari mufrod “*khuluq*” yang artinya “budi pekerti”. Keduanya bisa diartikan adat istiadat atau kebiasaan (*costum atau mores*) yang merujuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap baik atau benar.¹⁴ Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia Etika dijelaskan dengan membedakan tiga arti antara lain:

1. Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).
2. Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak.
3. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.¹⁵

Menurut Bertens ada dua pengertian etika antara lain: sebagai praktis dan sebagai refleksi. Sebagai praktis, etika diartikan nilai-nilai dan norma-norma moral yang baik yang dipraktikkan atau justru tidak dipraktikkan, walaupun harusnya dipraktikkan. Etika sebagai praktis artinya dengan moral atau moralitas yaitu apa yang harus dilakukan, tidak boleh dilakukan, pantas dilakukan dan sebagainya. Sedangkan etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral.³ Selanjutnya Hamzah Ya’qub mengatakan bahwa etika adalah ilmu tentang tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang disistimatisir tentang tindakan moral yang betul atau baik. Etika ialah ilmu yang menyelidiki mana

¹⁴ M. (Muhammad) Iklil, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Ras Sablon Desa Weru Lor Cirebon,” *Jurnal Syntax Admiration* 1, no. 1 (2020): 33–43, <https://www.neliti.com/id/publications/330776/>.

¹⁵ “Arti Kata - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” accessed June 2, 2024, <https://kbbi.web.id/>.

perilaku yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal dan pikiran.

Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat (*ethics is the science of good and bad*). Etika yang baik itu harus mencakup beberapa hal antara lain:

1. Kejujuran (*honesty*) yang artinya mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
2. Ketetapan (*reability*) yang artinya janjinya harus selalu tepat, tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat.
3. Loyalitas yang artinya setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiannya.
4. Disiplin yang artinya tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.

Dalam pemikiran Islam, etika dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidikan moralitas manusia. Etika terdapat dalam materi-materi kandungan ayat Al- Qur'an dan dikembangkan dalam pengaruh filsafat Yunani hingga para Sufi. Etika atau akhlak adalah ilmu yang menjelaskan makna baik buruk, yang menerangkan apa yang seharusnya dilakukan manusia kepada orang lain, dengan menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat. Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa etika adalah ilmu atau pengetahuan yang menjelaskan tingkah laku manusia baik dalam perbuatan buruk maupun dalam perbuatan yang baik.¹⁶

B. Pengertian Etika kepemimpinan

Etika adalah ilmu dan standar mengenai sesuatu yang benar dan sesuatu yang salah; sesuatu yang boleh dilakukan; dan sesuatu yang tidak boleh dilakukan. Perilaku yang benar merupakan perilaku yang etis dan perilaku yang salah merupakan perilaku yang tidak etis. Kata etika merupakan

¹⁶A.F Junaedi, "Filosofi Dan Etika Kepemimpinan Dalam Islam," accessed March 15, 2024, <https://journal.uii.ac.id/JHI/article/view/2807/2563>.

kata benda dan jika disandingkan dengan kata kepemimpinan setelahnya, maka berubah menjadi kata sifat etis, sehingga jika dirangkai menjadi kepemimpinan etis, yang memiliki arti kepemimpinan yang mendemonstrasikan perilaku yang secara normatif tepat melalui tindakan-tindakan personal dan hubungan interpersonal, dan promosi perbuatan seperti itu kepada para pengikut melalui komunikasi dua arah, penguatan, dan pembuatan keputusan. Lebih lanjut Van Den dan Akker dkk. menyatakan bahwa kepemimpinan yang etis merupakan suatu konsep hubungan dalam pengertian kepemimpinan etis dikonstruksi di dalam dan melalui interaksi-interaksi sosial dengan para pengikut.

Kata kepemimpinan sendiri itu merupakan kata sifat yang berasal dari penggalan kata pemimpin atau kata subyek. Pemimpin adalah puncak dari sebuah organisasi. Idealnya seorang pemimpin harus bisa merencanakan, memberi arahan dan perintah yang tepat kepada bawahannya, serta mengambil keputusan yang penting dalam organisasinya. Menurut Greatman Theory, pemimpin yang ideal dan karismatik ada berdasarkan warisan atau ada sejak lahir, namun menurut Skill Theory, pemimpin bisa juga diciptakan berkat latihan dan pengalaman yang seimbang. Sedangkan menurut Imam al Ghazali, sosok pemimpin ideal adalah pemimpin yang tertanam dalam dirinya tiga hal, yaitu ilmu pengetahuan, agama, dan akhlak.¹⁷

C. Etika Kepemimpinan dalam Islam

Untuk memahami secara benar terkait etika kepemimpinan maka perlu memahami terkait fungsi, ciri-ciri dan bagaimana pandangan Islam terhadap etika kepemimpinan ini, sebagai berikut:

1. Fungsi etika kepemimpinan

Salah satu fungsi dari pemimpin adalah menciptakan iklim dan budaya etis dalam organisasi. Iklim etis adalah persepsi positif atau persepsi negatif para anggota organisasi mengenai pelaksanaan etika

¹⁷A.F Junaedi. "Filosofi Dan Etika Kepemimpinan Dalam Islam," accessed March 15, 2024, <https://journal.uii.ac.id/JHI/article/view/2807/2563>.

dalam organisasi. Sehingga dalam hal ini sangat relevan jika sebagai seorang pemimpin dibutuhkan pemimpin yang etis untuk menciptakan budaya etis dalam organisasi yang dipimpinnya. Etika mempengaruhi perilaku pemimpin dan perilaku para pengikut. Prosesnya sebagaimana berikut:

- a. Norma etika. Setiap organisasi atau sistem sosial yang mapan mempunyai norma dan nilai-nilai etika disamping peraturan. Norma dan nilai-nilai tersebut merupakan bagian daripada budaya organisasi. Contoh dari norma tersebut adalah norma kode etik dan kebiasaan yang telah diterima, diajarkan, dilaksanakan dan ditegakkan dalam waktu yang lama oleh para pemimpin dan para anggota organisasi.
- b. Pemimpin. Norma dan nilai-nilai mempengaruhi perilaku semua anggota organisasi termasuk pemimpin. Khusus bagi pemimpin ia harus memimpin aplikasi dan penegakkan pelaksanaan norma dan nilai-nilai tersebut bagi para anggota organisasi. Ia memberikan contoh penerapan norma dan nilai-nilai dalam perilaku organisasi dan perilaku pribadi para anggota organisasi.
- c. Perilaku mempengaruhi pemimpin yang etis. Norma dan nilai-nilai organisasi diterapkan dalam perilaku mempengaruhi pemimpin. jika pemimpin menerapkan norma dan nilai-nilai etika, maka terciptalah teknik mempengaruhi dari pemimpin yang etis. Pemimpin menggunakan teknik memengaruhi yang dapat diterima oleh para pengikut yang juga telah menerapkan norma dan nilai-nilai organisasi dalam perilakunya
- d. Iklim etika. Penggunaan norma dan nilai-nilai organisasi oleh pemimpin dalam teknik memengaruhi pemimpin yang dapat diterima oleh para pengikut yang telah menyesuaikan perilakunya dengan norma dan nilai-nilai organisasi menciptakan iklim etika dalam organisasi. Iklim etika adalah persepsi pemimpin dan pengikut mengenai apa yang terjadi secara rutin dalam lingkungan internal organisasi.

2. Ciri-ciri pemimpin yang etis

Seorang pemimpin yang etis perilakunya mengacu pada norma-norma etika. Karakteristik perilaku etis antara lain:

- a) Dapat dipercaya. Seorang pemimpin harus dapat dipercaya oleh para pengikutnya. Ia seorang yang jujur berupa menyatukan antara apa yang dikatakan, dijanjikan dengan apa yang dilakukannya. Ia berupaya memenuhi apa yang dijanjikan dan tidak berupaya menipu orang lain. Ia mempunyai integritas tinggi dan loyal kepada visi, misi dan tujuan organisasinya
- b) Menghargai dan menghormati orang lain. Pemimpin harus memperlakukan para pengikut dengan baik seperti ia ingin diperlakukan pengikutnya dan orang lain. Ia harus memahami dan menghargai bahwa setiap orang mempunyai perbedaan-perbedaan jenis kelamin, umur, perbedaan budaya, perbedaan pendidikan dan pengalaman.
- c) Bertanggungjawab. Pemimpin harus mempunyai rasa tanggungjawab terhadap tugasnya dan perannya dalam organisasi untuk mencapai visi, misi dan tujuan organisasi. Ia bertanggungjawab atas perbuatannya, mengayomi dan mengembangkan para pengikutnya
- d) Adil. Seorang pemimpin harus adil dalam melaksanakan peraturan tidak mengambil keuntungan untuk diri sendiri, keluarganya dan kroninya.
- e) Kewargaan organisasi (organizational citizenship). Pemimpin melaksanakan tugas untuk membuat kehidupan lebih baik, melindungi lingkungan, melaksanakan tugasnya sesuai dengan undang-undang dan peraturan dan menerapkan prinsip-prinsip dasar organisasi
- f) Menggunakan kekuasaan secara bijak. Pemimpin mempunyai berbagai jenis kekuasaan yang dapat dipergunakannya untuk mempengaruhi para pengikutnya dan orang lain yang berhubungan dengan organisasinya
- g) Jujur. Pemimpin harus memegang prinsip kejujuran; ia harus jujur kepada dirinya sendiri, kepada para pengikutnya dan kepada orang

yang berhubungan dengan organisasinya.¹⁸

3. Etika Kepemimpinan Islam menurut Rasulullah SAW.

Jika bicara kepemimpinan dalam pandangan Islam, maka itu akan tertuju dan tidak lepas dari sosok Rasulullah sebagai role model kepemimpinan yang sudah dicontohkan beliau ketika menjadi Rasul dan sekaligus pemimpin umat Islam. Dalam Islam, agama, moral dan elemen spiritual mendominasi kepemimpinan Rasulullah SAW. Dan sudah sangat familiar bagi seorang muslim bahwa ada empat sifat kepemimpinan yang berhubungan dengan Rasulullah, yaitu Sidiq, amanah, fathonah dan tabligh. Empat sifat kepemimpinan Rasulullah SAW itu sebagai cerminan bagian dari indikator apakah seorang pemimpin itu sudah mencotah kepemimpinan Rasulullah dengan baik atau belum. Sehingga hal ini menjadi kunci penting dalam menjalankan kepemimpinan untuk menerapkan sifat-sifat kepemimpinan Rasulullah dengan seksama. Terkait empat sifat kepemimpinan Rasulullah bisa diuraikan sebagai berikut :

a. *Sidiq*

1) Pengertian *Sidiq*

Al-sidq adalah konsistensi antara perkataan dan perbuatan. Seorang pemimpin harus selalu berkata yang sebenarnya dari dasar hati, dan menunjukkan ketenangan dalam jiwa, serta kekhawatiran dalam melakukan kebohongan dasar dari sifat Al-Sidq adalah Al-Qur'an surat Al-Najm, 53: 4-5 yang menyatakan bahwa "Dia tidak mengucapkan Al- Qur'an atas keinginannya sendiri, Al-Quran dari Allah kepadanya melalui Jibril yang datang dan membacakannya kepadanya, dan mengajarnya". Pada mulanya perkataan ini hanya berkonotasi pada perkataan, kemudian berkembang dan diaplikasikan dengan perbuatan, dalam artian jika perbuatan seseorang itu baik dan terpuji sesuai dengan perkataannya berarti orang itu benar dan bukan

¹⁸ Muhammad Khoiril Fikri, "Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Sistem Konsinyasi Dalam Strategi Reseller," *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 7, no. 2 (October 23, 2019): 161, <https://doi.org/10.21043/BISNIS.V7I2.5731>.

orang yang suka berbohong (jujur).

Kejujuran merupakan sifat yang harus diterapkan oleh setiap manusia dalam berbagai kegiatan di dalam kehidupan di dunia termasuk dalam kegiatan muamalah, kejujuran menjadi bukti adanya kepercayaan akan pentingnya perkataan yang benar sehingga dapat dijadikan pegangan dan dipercaya. Sifat *siddiq* merupakan salah satu sifat Nabi Muhammad. Beliau mempunyai banyak sifat yang membuatnya disukai oleh setiap orang yang berhubungan dengannya dan membuat beliau menjadi pujaan para pengikutnya. Sewaktu mudanya orang Quraisy menjuluki beliau dengan “*shiddiq*” dan “*amin*”. Beliau sangat dihargai dan dihormati oleh semua orang termasuk para pemimpin mekkah. Nabi memiliki keperibadian dan kekuatan bicara, yang demikian memikat dan menonjol sehingga siapapun yang pergi kepada beliau pasti akan kembali dengan keyakinan dan ketulusan. Dalam kepemimpinan berarti semua keputusan, perintah, dan larangan beliau agar orang lain berbuat atau meninggalkannya pasti benar karena Nabi bermaksud mewujudkan kebenaran dari Allah SWT.¹⁹

2) Ciri-Ciri Orang Yang Bersifat *Siddiq*

Orang yang menerapkan bersifat jujur memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Membentuk perilaku agar tidak berbuat curang.
2. Bersaing secara adil dan tidak merugikan pelanggan.
3. Tepat waktu dan menepati janji/tidak ingkar.
4. Tidak menutupi keburukan, ceritakan kekurangan dan kelebihan sesuai fakta.²⁰

b. Amanah

1) Pengertian Amanah

¹⁹ Agus Firdaus Chandra et al., “Etika Kepemimpinan Dalam Islam: Pandangam Hadits Tentang Kriteria Dan Tanggung Jawab Seorang Pemimpin,” *UInScof* 1, no. 2 (December 22, 2023): 1305–14, <https://doi.org/10.2452/edu.v2i01.29939>.

²⁰ Aniyati, “Implementasi Nilai Siddiq, Amanah, Tabligh, Dan Fathanah Dalam Pelayanan Nasabah Di Bmt Ugt Nusantara Capem Batu Urip Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember,” 2021, 1–119.

Amanah berarti dapat dipercaya. Menurut Daud et al. menyatakan bahwa amanah adalah sifat yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin dan menekankan sebuah tanggung jawab terhadap stakeholder organisasi. Contoh terbaik dari pemimpin amanah adalah Nabi Muhammad SAW, seperti yang telah dijelaskan dalam surat Al- A'raf. 7:68 yang berbunyi "Saya menyampaikan kepada Anda pesan- pesan Tuhanku dengan menjelaskan perintah dan larangan (dan bagi Anda penasihat sejati) yang memperingatkan Anda tentang siksaan Allah dan memanggil Anda untuk bertobat dan beriman, dan Saya dapat dipercaya dalam menyampaikan pesan Tuhanku.

Amanah juga berarti memiliki rasa tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang sudah diberikan kepadanya. Dalam segala kegiatan sehari-hari terutama dalam kegiatan transaksi pelayanan terhadap pelanggan, sifat *amanah* sangatlah diperlukan sebab dengan *amanah* semuanya akan *berjalan* dengan lancar dan pelanggan merasa puas dan nyaman terhadap pelayanannya, dengan sifat *amanah*, para pelaku bisnis dan pelanggannya akan memiliki sifat tidak saling mencurigai bahkan tidak khawatir walau barangnya ada di tangan orang lain. Memulai sebuah bisnis harus dengan dasar kepercayaan. Oleh sebab itu, *amanah* merupakan komponen paling penting dalam hal kegiatan sehari-hari dalam transaksi.²¹

2) Ciri-ciri nilai amanah :

Orang yang bersifat amanah memiliki ciri-ciri, di antara lain ciri- ciri orang yang bersifat amanah adalah sebagai berikut:

- a) Seorang pemegang amanah harus memiliki integritas yang tinggi, yaitu kesesuaian antara perkataan termasuk janji dan perbuatannya.
- b) Seorang yang amanah akan selalu menjalankan tugas dan

²¹ Firdaus Chandra et al., "Etika Kepemimpinan Dalam Islam: Pandangam Hadits Tentang Kriteria Dan Tanggung Jawab Seorang Pemimpin."

pekerjaannya dengan sebaik mungkin, bahkan mengembangkan produktifitas dan kinerjanya.

- c) Dalam fikirannya selalu berkeinginan untuk mengembangkan dan memperbaiki kinerjanya.²²

c. Fathonah

1) Pengertian Fathonah

Fathonah memiliki makna cerdas atau memiliki pengetahuan yang baik. AlQur'an menjelaskan tentang pemimpin fathonah pada surat Fatir. 35: 28 yang berbunyi "Mereka yang benar-benar takut kepada Allah (SWT), di antara hamba-Nya, yang memiliki pengetahuan, karena Allah (SWT) ditinggikan dalam memaafkan".

Fathanah berarti mengerti, memahami dan menghayati secara mendalam dalam semua hal yang sudah menjadi tugas dan tanggung jawabnya. Sifat *fathanah* akan menumbuh kreativitas dan inovatif dan sifat ini mungkin hanya dimiliki oleh seseorang yang selalu ingin berusaha untuk menambah berbagai ilmu pengetahuan, peraturan dan informasi baik itu yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun perusahaan umum. Dalam menjalankan bisnis Islam juga harus mempunyai kemampuan intelektual yaitu kecerdasan, cerdas dalam berkomunikasi dengan konsumen, cerdas dalam mengatur strategi *marketing*, cerdas dalam mempromosikan barang, cerdas dalam membaca situasi dan menjalankan bisnis, cerdas dalam membaca peluang bisnis dan pasar. Kesimpulannya jadi seorang pebisnis harus cerdas dalam segala bidang.²³

2) Ciri-ciri seorang yang bersifat *fathanah* antara lain adalah:

- a) Seorang yang *fathanah* akan selalu bersikap bijak dan menjunjung tinggi kebijakan.
- b) Seseorang yang *fathanah* bisa membaca peluang secara cepat

²² Aniyati, "Implementasi Nilai Siddiq, Amanah, Tabligh, Dan Fathanah Dalam Pelayanan Nasabah Di Bmt Ugt Nusantara Capem Batu Urip Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember."

²³ Firdaus Chandra et al., "Etika Kepemimpinan Dalam Islam: Pandangam Hadits Tentang Kriteria Dan Tanggung Jawab Seorang Pemimpin."

dan tepat, menciptakan inovasi-inovasi baru dan mampu bersaing untuk selangkah lebih maju dari perusahaan lainnya.

- c) Mampu menyusun perencanaan dan strategi untuk menentukan skala prioritas sesuai kemampuan secara optimal dan tepat sasaran.²⁴

d. Tablig

1) Pengertian Tabligh

Tablig memiliki makna menyampaikan, dan ini berkenaan dengan komunikasi, sehingga dalam memimpin bawahan dibutuhkan untuk mengkomunikasikan tujuan dari misi dan menginspirasi pengikut untuk mengikutinya. Sehingga seorang pemimpin butuh keterampilan dalam berkomunikasi agar pemimpin bisa mengakulturasikan ide idenya dan bisa dipahami oleh para pengikutnya. Al-Qur'an menjelaskan pentingnya komunikasi (tablig) bagi seorang pemimpin yaitu pada surat Al-Jinn, 72:28 yang berbunyi "Utusan, Muhammad dan utusan lainnya tahu bahwa para malaikat telah menyampaikan pesan dari Allah sehingga jin dan manusia tahu bahwa utusan telah menyampaikan pesan-pesan Tuhan mereka. Dia memiliki pengetahuan penuh tentang semua malaikat yang mengelilingi mereka, (dan Dia terus menghitung semua hal) dikatakan juga bahwa Dia mengetahui jumlah mereka sama seperti Dia mengetahui keadaan orang yang terbungkus dalam pakaiannya."

Sifat *tabligh* berarti komunikatif dan argumentatif. *Tabligh* secara istilah dapat diartikan sebagai keterbukaan dalam menyampaikan sesuatu yang benar, tidak menyembunyikan sesuatu yang harus disampaikan. Keterbukaan yang dijalankan dalam kepemimpinan memang menunjukkan pada kepemimpinan yang teguh dan bersifat positif, namun terdapat perihwal tentang keterbukaan yang perlu dijalankan secara profesional dalam batasan-batasan tertentu. Dapat dipahami sebagai akuntebel, atau membuka diri untuk dinilai. Akuntabilitas memiliki keterkaitan dengan sikap

²⁴ Aniyati, "Implementasi Nilai Siddiq, Amanah, Tabligh, Dan Fathanah Dalam Pelayanan Nasabah Di Bmt Ugt Nusantara Capem Batu Urup Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember."

transparansi dan bagaimana mempertanggung jawabkannya. Kemampuan dalam berinteraksi, berkomunikasi dan bersosialisasi salah satu kualitas yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin. Pemimpin berhadapan dengan anggotanya yang memang memiliki keragaman karakter, sehingga sikap *tabligh* ini adalah pokok hubungan baik dalam kinerja pemimpin dan yang dipimpin.²⁵

- 2) Ciri-ciri orang yang menerapkan sifat *tabligh* yaitu:
 - a) Seseorang pembisnis yang bersifat *tabligh* mampu membangun komunikasi yang baik dan mampu berinteraksi secara positif.
 - b) Mampu membangun jaringan baik dalam skala kecil maupun skala besar.
 - c) Memiliki kemampuan merealisasikan pesan atau misi tertentu yang akan dilakukan dengan pendekatan tertentu yang penuh dengan strategi.²⁶

D. Pengertian Loyalitas Konsumen

Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Kesetiaan konsumen sendiri melalui pembelian tidak terbentuk dalam waktu singkat namun melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman konsumen itu dari pembelian konsisten sepanjang waktu. Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen untuk berbelanja suatu produk tertentu. Loyalitas konsumen adalah konsep multidimensi yang merupakan jenis preferensi pelanggan produk dan jasa yang terbentuk lama terkait dengan aspek kognitif, afektif dan konatif dari perilaku konsumen. Konsumen yang loyal tetap berkomitmen melakukan pembelian pada merek yang sama, bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk merek produk atau jasa dan selalu mempromosikan merek tersebut. Oliver R.L menyatakan bahwa loyalitas konsumen sebagai komitmen bertahan secara

²⁵ Kinerja Karyawan et al., "Pengaruh Kepemimpinan Islami Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bank Syariah Mandiri, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sukaramai Medan," *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (January 10, 2017): 253–70, <https://doi.org/10.30829/HF.V3I2.153>.

²⁶ Aniyati, "Implementasi Nilai Siddiq, Amanah, Tabligh, Dan Fathanah Dalam Pelayanan Nasabah Di Bmt Ugt Nusantara Capem Batu Urip Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember."

mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha – usaha pemasaran mempunyai potensi menyebabkan perubahan perilaku.²⁷

Loyalitas diartikan sebagai pembelian ulang yang terus menerus pada merek yang sama atau dengan kata lain adalah tindakan seseorang yang membeli suatu merek dan memberikan perhatian hanya pada merek tertentu . Griffin berpendapat bahwa seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Faktor yang menentukan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa tertentu adalah pembelian berulang. Empat jenis loyalitas yang berbeda muncul bila keterikatan rendah dan tinggi diklasifikasi silang dengan pola pembelian ulang yang rendah dan tinggi. Griffin mengklasifikasikan loyalitas kedalam empat jenis sebagai berikut :

- a) Tanpa loyalitas, Untuk beberapa alasan beberapa konsumen tidak mengembangkan loyalitas terhadap suatu barang atau jasa tertentu. Keterikatan yang rendah dikombinasikan dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan tidak adanya loyalitas. Secara umum perusahaan harus membidik pembeli jenis ini karena tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal dan hanya berkontribusi sedikit bagi perusahaan.
- b) Loyalitas yang lemah, Keterikatan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah. Pelanggan jenis ini membeli suatu barang karena faktor kebiasaan. Pada jenis loyalitas ini perusahaan dapat mengubah loyalitas lemah kedalam bentuk loyalitas yang lebih tinngidengan aktif mendekati pelanggan dan meningkatkan diferensiasi positif dibenak pelanggan mengenai produk perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya.
- c) Loyalitas tersembunyi, Pada jenis loyalitas ini tingkat keterikatan relatif

²⁷ Markha Syarifah Al-Hababa, “Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Tempe Barokah Desa Jambearum Kecamatan Puger Kabupaten Jember Tahun 2022,” January 4, 2023.

tinggi digabungkan dengan pembelian berulang yang rendah dapat menunjukkan loyalitas tersembunyi. Bila konsumen memiliki loyalitas tersembunyi maka yang mempengaruhi pembelian berulang bukan pengaruh sikap melainkan pengaruh situasi.

- d) Loyalitas premium, Jenis loyalitas ini merupakan loyalitas yang paling ditingkatkan., karena keterkaitan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang tinggi pula. Jenis loyalitas ini merupakan jenis yang paling disukai untuk semua konsumen disetiap perusahaan. Pada tingkat preferensi tersebut konsumen dengan bangga membagi pengetahuan tentang produk atau jasa yang digunakan kepada rekan atau keluarganya. Loyalitas menunjukkan perilaku dan sikap pelanggan pada pembelian berulang serta menunjukkan preferensi untuk suatu produk atau jasa tertentu dari waktu ke waktu.²⁸

E. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen terbentuk dan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Mardalis menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu :

- a) Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah konsumen membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya. Loyalitas terjadi karena adanya pengaruh kepuasan atau ketidakpuasan dengan produk kemudian berakumulasi secara terus menerus disamping adanya persepsi tentang kualitas produk.

- b) Kualitas jasa

Salah satu faktor penting yang membuat konsumen puas adalah kualitas jasa. Produsen hendaknya meningkatkan kualitas jasa untuk mengembangkan loyalitas pelanggannya. Produk yang berkualitas rendah akan menanggung resiko pelanggan menjadi beralih, jika

²⁸ Ikliil, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Ras Sablon Desa Weru Lor Cirebon.”

kualitas diperhatikan loyalitas pelanggan akan mudah diperoleh.

c) Citra

Citra sebagai perangkat keyakinan, ide, kesan yang dimiliki Seseorang terhadap suatu objek. Berdasarkan hasil penelitian Anderassen menyimpulkan bahwa citra mempunyai dampak langsung yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dan ada pula yang menyatakan dampak tak langsung namun melalui variabel lain.²⁹



²⁹ dani agung, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis) | ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin,” accessed March 13, 2024, <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/135>.

BAB III

ETIKA KEPEMIMPINAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN DI KONVEKSI EXTRAWASH KECAMATAN SIMAN KABUPATEN PONOROGO.

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.

1. Sejarah berdirinya usaha konveksi Extrawash.

Konveksi Extrawash adalah salah satu konveksi yang bergerak dibidang jasa konveksi di kabupaten Ponorogo. Konveksi ini di dirikan oleh Ibu Alifah pada tahun 2015 berdasarkan surat akta notaris yang bermula dari inisiatif Ibu Alifah saat beliau melihat suatu potensi pasar dibidang bisnis jasa yang memiliki pangsa pasar yang sangat luas dikabupaten Ponorogo namun belum banyak wirausahawan yang tertarik menekuni bisnis tersebut, khususnya dibidang konveksi pada saat itu. Bermula dari itulah Ibu Alifah mulai merintis bisnis ini yang terletak di rumah Ibu Alifah dan di kantor beliau yang berada di Jl. Pramuka, Ponorogo dengan memiliki beberapa karyawan dan memiliki kurang lebih 15 mesin jahit, dua mesin obras, dan satu mesin border sebagai modal dalam menjalankan usahanya hingga sekarang.³⁰ Adapun maksud dari perusahaan yang didirikan oleh Ibu Alifah adalah:

- 1) Menjalankan usaha-usaha dalam bidang konveksi pakaian yang menerima pesanan dari konsumen atau pelanggan.
- 2) Menjalankan usaha di berbagai bidang, seperti menjahit, membordir, dan obras.
- 3) Menerima order dari konsumen dan bertanggung jawab langsung terhadap order yang diterima hingga selesai ke tangan konsumen.

2. Visi dan misi usaha konveksi Extrawash.

Visi:

Menjadi konveksi terkemuka yang mengedepankan nilai-nilai Islami dalam setiap produk yang dihasilkan, memberikan kontribusi

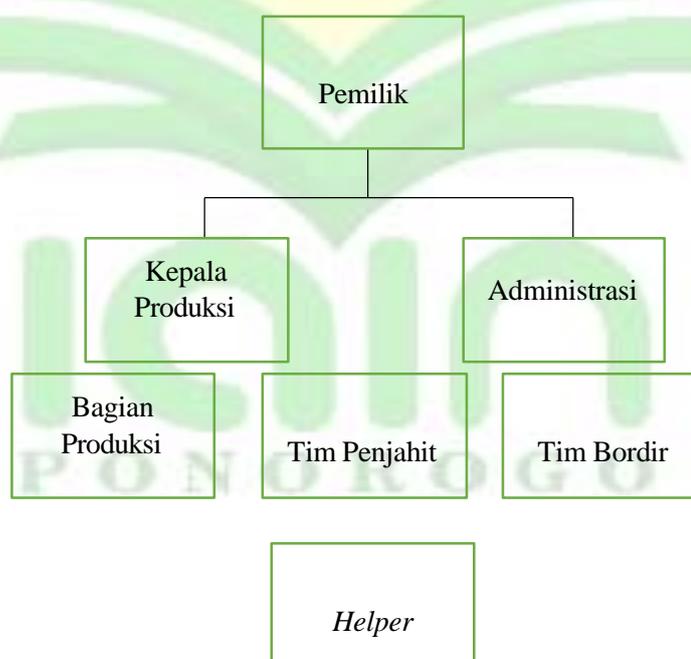
³⁰ Alifah, "Wawancara, 18 Februari 2024," n.d.

positif bagi masyarakat, dan menjadi inspirasi dalam mempromosikan gaya hidup Islami.

Misi:

- 1) Menyediakan Produk Berkualitas Tinggi: Menghasilkan produk konveksi dengan kualitas terbaik yang memenuhi standar Islam, baik dari segi desain, bahan, maupun proses produksi.
- 2) Menyebarkan Pesan Islami: Menyertakan pesan-pesan Islami dalam desain produk dan material promosi, serta berperan aktif dalam menyebarkan nilai-nilai positif Islam.
- 3) Menjunjung Etika Bisnis Islami: Mengelola bisnis dengan prinsip-prinsip etika Islam, termasuk transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.
- 4) Memberdayakan Tenaga Kerja: Memberikan pelatihan dan kesempatan pekerjaan kepada masyarakat setempat, serta memastikan kondisi kerja yang adil dan sesuai dengan prinsip islam.³¹

3. Struktur organisasi usaha konveksi Extrawash.



Sumber : Pemilik Konveksi Extrawash.

³¹ Alifah. "Wawancara, 18 Februari 2024," n.d

Berikut penjelasan tentang tugas tiap posisi di struktur organisasi:

a. Pemilik

Pemilik sekaligus pendiri dari Konveksi Extrawash yaitu Ibu Alifah memiliki tugas dan wewenang untuk memimpin dan mengawasi jalannya perusahaan, baik dalam proses menerima atau menolak order dan mengawasi kinerja dari karyawan.

b. Kepala Produksi

Konveksi Extrawash memiliki 1 Kepala produksi yang memiliki tugas dan tanggung jawab mengawasi dan mengatur jalannya produksi dimulai dari pembelian bahan baku, mengatur rencana dan jadwal produksi, mengkoordinasi segala kegiatan produksi. Kepala produksi memiliki bagian-bagian yang diawasi diantaranya:

c. Bagian potong

Konveksi Extrawash memiliki 1 orang bagian potong yang bertanggung jawab untuk mempola dasar produk, dan memotong pola produk

d. Tim penjahit

Konveksi Extrawash memiliki kurang lebih 15 orang dalam tim penjahit yang bertugas untuk menjahit dari pola yang sudah dipotong oleh bagian potong.

e. Tim Bordir

Konveksi Extrawash memiliki 5 orang dalam tim bordir yang bertugas untuk mengawasi dan mengoperasikan mesin bordir dalam pembuatan pesanan yang meminta jasa bordir.

f. *Helper*

Konveksi Extrawash memiliki 2 orang *Helper* yang bertugas untuk menyediakan bahan yang akan di proses dan memastikan jumlah produksi sudah sesuai dengan rencana, dan bertanggung jawab dalam tahap pengemasan produk.

g. Administrasi

Konveksi Extrawash memiliki 2 orang Admin. Administrasi

memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mencatat dan merekap seluruh transaksi keuangan, mengarsipkan seluruh dokumen, membuat pembukuan tiap bulan, dan mengurus segala yang berhubungan dengan administrasi seperti kehadiran karyawan atau hubungan kerja sama dengan pihak luar admin juga bertanggung jawab perihal keluhan konsumen dan menanggapi umpan balik yang disampaikan konsumen.³²

B. Implementasi Etika Kepemimpinan Islami di Konveksi Extrawash.

Disaat ini kebutuhan akan pakaian baik pakaian sekolah maupun institusi tertentu dan lain-lain sekarang semakin meningkat. Hal tersebut terlihat dari semakin meningkatnya kebutuhan akan sandang pangan di saat ini baik di kabupaten Ponorogo maupun di Indonesia. Menurut pemilik usaha konveksi latar belakang konveksi Extrawash adalah banyaknya permintaan maupun kebutuhan terhadap sandang/pakaian pada masa kini. Selain itu Melihat peluang bisnis yang ada di pasar lokal atau global yang menjadi motivasi, adanya permintaan yang tinggi untuk pakaian tertentu atau melihat kebutuhan spesifik di pasar tertentu, pemilik memanfaatkan kesempatan tersebut.³³

Calon pembeli melaksanakan transaksi pembelian baju di konveksi yang bisa dilaksanakan dengan sistem pembayaran DP di awal maupun pembayaran secara penuh di awal pemesanan. Dalam menentukan lamanya baju akan jadi atau dapat diambil didasarkan pada kesepakatan maupun melihat kondisi konveksi dalam menangani pesanan maka akan ditentukan lama atau tidaknya pesanan jadi. Dalam transaksi konveksi baju ini dilakukan secara lisan calon pembeli datang langsung kepada pemilik usaha selain itu calon pembeli juga bisa menggunakan media sosial seperti *whatsapp* untuk memberi pesan maupun menelfon secara langsung admin usaha. Hal tersebut juga dapat menjaga kekerabatan dan persaudaraan dalam kehidupan bermasyarakat karena didasari oleh adanya rasa sikap saling percaya terhadap konsumen.

Setelah peneliti melakukan penelitian pada usaha Konveksi Extrawash peneliti akan mengumpulkan data tentang implementasi atau penerapan

³² Alifah, "Wawancara, 18 Februari 2024," n.d.

³³ Agus Zenal Mutaqin, "GEOAREA, Vol 1.No. 1_Mei 2018," *Geoarea* 1, no. 1 (2018): 32–36.

terhadap perilaku pemilik usaha dan pembeli dalam praktik pembelian/pemesanan baju di konveksi Extrawash. Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo dianalisis menggunakan prinsip-prinsip etika Kepemimpinan Islami. Dalam menganalisis etika Kepemimpinan Islami ini bertujuan agar setiap pelaku bisnis dapat memahami aturan-aturan atau prinsip-prinsip yang baik dalam berbisnis yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Oleh karena itu peneliti akan memaparkan data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan untuk menjawab dari rumusan masalah yang telah ditentukan. Data yang dikumpulkan dengan metode wawancara antara pemilik usaha dan beberapa pembeli dan menggunakan metode observasi. Berikut data Peran Etika Kepemimpinan Islami dalam meningkatkan Loyalitas Konsumen Konveksi Extrawash di Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo :

1. *Sidiq* (Jujur)

Sidiq adalah konsistensi antara perkataan dan perbuatan. Seorang pemimpin harus selalu berkata yang sebenarnya dari dasar hati, dan menunjukkan ketenangan dalam jiwa, serta kekhawatiran dalam melakukan kebohongan. Berikut bentuk implementasi nilai “*Sidiq*” di konveksi Extrawash:

a. Memiliki Perilaku Agar Tidak Berbuat Curang:

Berikut hasil wawancara terhadap Ibu Alifah selaku pemilik usaha konveksi Extrawash:

”Dalam bekerja memang tidak boleh melakukan hal curang hal itu dilarang oleh agama mbak dan tidak baik. Jika melakukan hal curang nanti rezeqinya tidak berkah, baik contoh langsung maupun saya sendiri yang memberikan edukasi, bahwa kepada pelanggan/konsumen kita harus jujur dan apa adanya, tidak melebih lebihkan dan tidak mengurangi.

Pada proses pengambilan serta ketepatan waktu dalam mengejar deadline pesanan saya selalu mengusahakan tepat waktu dan disiplin waktu. Nantinya pelanggan akan menaruh kepercayaan dan mungkin saja bisa menjadi konsumen tetap ungkapnya.”³⁴

Pernyataan tersebut juga didukung oleh salah satu karyawan beliau mbak Naylia:

“Iya mbak saya dan rekan-rekan selalu mengusahakan untuk tidak berbuat curang dan memberikan informasi dengan apa adanya, akrena

³⁴ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

Ibu Alifah juga selalu mengedukasi kami untuk berbuat jujur”³⁵

Pernyataan tersebut didukung oleh konsumen beliau Ibu Suliyah:

“selama saya pesan disana mereka semua jujur mbak, juga tidak aneh-aneh apalagi curang”³⁶

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti pemilik usaha sudah menerapkan perilaku untuk tidak berbuat curang dilihat dari bagaimana beliau berusaha untuk tepat janji terhadap konsumen dan jujur dalam menyampaikan informasi terhadap konsumen, tidak berbuat curang karena perbuatan curang adalah hal yang tidak baik dan dilarang dalam agama. Konveksi Extrawash merupakan usaha yang berbasis syariah jadi semua kegiatan operasional harus sesuai dengan prinsip-prinsip islam.

b. Bersaing Secara Adil dan Tidak Merugikan Pelanggan.

Berikut hasil wawancara terhadap Ibu Alifah selaku pemilik usaha konveksi Extrawash:

“Saat ini kan memang banyak ya mbak usaha konveksi seperti ini, sebelum saya mendirikan konveksi Extrawash ini ada usaha lain yang sudah lebih dulu berdiri, saya juga ingin bersaing secara sehat mbak, tidak mau mengambil konsumen usaha lain dengan sengaja saya selalu berusaha membangun hal-hal yang baik pada usaha saya agar nantinya usaha lain tidak merasa tersaingi atau bagaimana”.³⁷

Pernyataan tersebut didukung oleh karyawan beliau Mbak Pipit:

“setahu saya memang beliau adil mbak dalam memperlakukan setiap karyawan, beliau juga mengajarkan kami untuk berperilaku dengan adil pada konsumen”³⁸

Pernyataan beliau juga diperkuat oleh salah satu konsumennya Bpk Feri:

“Iya mbak saya memang tergolong baru berlangganan di usaha beliau tapi sebelumnya saya juga berlangganan di konveksi lain, memang persaingan bisnis itu pasti ada ya mbak, tapi beliau ini punya inovasi-inovasi yang berbeda dan membuat konsumen itu tertarik”.³⁹

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti pemilik usaha sudah menerapkan perilaku bersaing secara adil dan

³⁵ Naylia, “Wawancara, 16 Februari 2024,” n.d.

³⁶ Suliyah, “Wawancara, 16 Februari 2024,” n.d.

³⁷ Alifah, “Wawancara, 18 Februari, 2024,” .

³⁸ Pipit, “Wawancara, 1 Juni 2024,” n.d.

³⁹ Feri, “Wawancara, 18 Februari 2024,” n.d.

tidak merugikan pelanggan dilihat dari bagaimana beliau sejak awal mendirikan usaha sudah mendapatkan pesaing namun beliau tidak berniat untuk mengambil konsumen usaha lain dan terus berusaha untuk memberikan inovasi yang terbaik untuk Konveksi Extrawash.

c. Memiliki Integritas Tinggi Yaitu Kesesuaian antara Perkataan Termasuk Janji dan Perbuatan.

Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik Konveksi Extrawash:

“Ya menurut saya kejujuran itu yang utama, karena kalau omongan kita tidak sesuai fakta juga bisa menimbulkan kesalahpahaman mbak, maka dari itu saya mengusahakan dengan apa yang saya bicarakan atau yang saya omongkan pada konsumen itu yang sebenar benarnya atau sesuai dengan fakta, jika punya janji untuk mengirim baju, maka saya akan informasikan hari dikirim nya sesuai dengan deadline yang telah disepakati, agar konsumen itu peraya dengan omongan kita tentunya kita harus berbicara jujur sesuai dengan yang terjadi”⁴⁰

Pernyataan beliau didukung oleh karyawannya Mbak Pipit:

“benar mbak beliau selalu mengajarka ke kami untuk bersika apa adanya dan lebih terbuka kepada atasan maupun karyawan lain”⁴¹

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh oleh salah satu konsumen beliau Bpk Feri:

“Beliau memang apa adanya mbak, jadi saya lebih nyaman pesan dengan beliau karena omongan dan tindakanya juga sesuai tidak menutup-nutupi apapun, jadi saya ataupun konsumen lain kalau beliau nya bersikap begitu jadi makin percaya untuk pesan”⁴²

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti pemilik usaha sudah menerapkan sikap Integritas Tinggi Yaitu Kesesuaian antara Perkataan Termasuk Janji dan Perbuatan. Dilihat dari bagaimana beliau berusaha untuk berbicara sesuai dengan fakta dan kenyataan serta beliau juga berusaha untuk tepat waktu sesuai dengan janji beliau dengan konsumen sehingga konsumen tidak salah faham dan bisa

⁴⁰ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁴¹ Pipit, “Wawancara, 1 Juni 2024.”

⁴² Feri, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

menaruh kepercayaan.

- d. Tidak Menutupi Keburukan Ceritakan Kekurangan dan Kelebihan Sesuai Fakta.

Sebagaimana wawancara dengan beliau Ibu Alifah selaku pemilik Konveksi Extrawash :

“Jika konsumen tanya mungkin tentang produk saya, ya saya jawab dengan apa adanya mbak, tidak ada yang saya lebih-lebihkan atau yang saya tutup-tutupi jika memang ada kekurangan dalam usaha saya, saya bicarakan dengan baik-baik kepada konsumen gar nantiny tidak menimbulkan kesalahpahaman yang nantinya akan membuat konsumen itu sendiri kecewa.”⁴³

Pernyataan beliau juga didukung oleh kayawannya Mbak Pipit:

“biar konsumen percaya serta tida merasa ditipu saya juga selalu berusaha dengan baik untuk memberian informasi terkait produk dengan apa adanya tanpa ada rekayasa mbak”⁴⁴

Pernyataan beliau juga didukung oleh konsumen beliau Pak Feri:

“Iya mbak saya kan juga banyak tanya-tanya karena menyangkut kebutuhan saya itu berbagai macam kain, beliau juga apa adanya menyampaikan terkait produknya saya malah lebih percaya daripada yang melebih-lebihkan usahanya tapi nyatanya juga tidak seperti itu”⁴⁵

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti pemilik usaha sudah menerapkan sikap Tidak Menutupi Keburukan Ceritakan Kekurangan dan Kelebihan Sesuai Fakta. Sebagaimana beliau berusaha untuk memberikan informasi terkait produk dengan sesuai dengan fakta, jika konsumen bertanya mengenai hal-hal seputar produk beliau juga menjawab dengan jujur dan tidak mengurangi atau melebih-lebihkan produknya sendiri, agar konsumen tidak salah paham dan menjadi lebih percaya.

2. Amanah (Dapat Dipercaya).

Amanah juga berarti memiliki rasa tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang sudah diberikan kepadanya. Dalam segala kegiatan sehari-hari terutama dalam kegiatan transaksi

⁴³ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁴⁴ Pipit, “Wawancara, 1 Juni 2024.”

⁴⁵ Feri, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

pelayanan terhadap pelanggan, sifat *amanah* sangatlah diperlukan sebab dengan *amanah* semuanya akan *berjalan* dengan lancar. Berikut bentuk implementasi nilai “amanah” di konveksi Extrawash :

a. Tepat Waktu dan Menepati janji.

Berikut hasil wawancara terhadap Ibu Alifah selaku pemilik usaha konveksi Extrawash :

“Karena pesanan baju itu dari awal sudah ada deadlinenya sendiri mbak, jadi saat awal memesan baju kami dan konsumen terjalin kesepakatan baju akan diambil hari apa dan jam berapa, saya berusaha sekali untuk tepat waktu walaupun terkadang ada kendala teknis atau yang lainnya, karena saya takut konsumen akan kecewa jika tidak tepat waktu sesuai dengan ketentuan diawal,

saya berusaha dengan baik untuk menyelesaikan pesanan baju sesuai dengan waktunya.”⁴⁶

Pernyataan beliau diperkuat oleh karyawannya Mbak Pipit:

“Benar mbak beliau sangat disiplin perihal deadlne pesanan, tentunya agar konsumen sendiri juga tidak kecewa kami juga berusaha untuk tepat waktu”⁴⁷

Pernyataan beliau juga diperkuat oleh salah satu karyawan beliau Ibu Sri:

“Iya mbak dari awal kami mulai menjahit atau memproduksi saya sudah diingatkan oleh Ibu Alifah mana yang harus di kerjakan lebih dulu karena setiap pesanan sudah ada masing masing yang nantinya akan di ambil sesuai dengan kesepakatan awal.”⁴⁸

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti pemilik usaha sudah menerapkan sikap tepat waktu dan menepati janji dilihat dari bagaimana beliau mengusahakan untuk tepat waktu sesuai dengan deadline yang telah disepakati oleh konsumen, beliau juga mengingatkan pada karyawan bagian produksi terkait mana yang harus didahulukan untuk dijahit agar nantinya pesanan bisa selesai dan diambil dengan tepat waktu oleh konsumen.

b. Selalu Menjalankan Tugas dan Pekerjaannya dengan Sebaik Mungkin Bahkan Mengembangkan Produktifitas dan Kinerjanya.

Berikut wawancara kepada beliau Ibu Alifah selaku pemilik

⁴⁶ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁴⁷ Pipit, “Wawancara, 1 Juni 2024.”

⁴⁸ Sri, “Wawancara, 20 Februari 2024,” n.d.

konveksi Extrawash :

“Untuk menjalankan tugas pasti sudah sesuai dengan jobdesknnya masing-masing mbak, bagian produksi admin maupun bagian lain sudah menjalankan tugasnya dengan baik saya juga mengawasi, sedangkan saya sendiri juga berusaha mengerjakan tugas saya sebagai pemimpin dengan semaksimal mungkin agar bawahan saya juga tidak merasa bekerja sendiri,

karena kita semua disini kan bekerja sama, disini lain saya juga tidak terpaku dengan jobdesk saya sendiri tapi juga berusaha mengembangkannya mbak, agar usaha saya menjadi lebih baik tentunya”⁴⁹

Pernyataan beliau juga didukung oleh salah satu pegawainya mbak Naylia:

“Iya mbak memang kita sudah ada jobdesk masing-masing disini, pekerjaan harus selesai karena masing-masing sudah faham betul tentang pekerjaannya, tapi terkadang juga hanya tidak terfokus pada jobdesk saja mbak terkadang juga ada pegawai lain yang membutuhkan bantuan nah disitu kadang yang lain membantu diluar jobdesknya”⁵⁰

Pernyataan ini didukung oleh konsumen beliau Bpk Feri:

“Saya kurang tau mengenai pekerjaan mereka dalam konveksi mbak, setahu saya, saya dilayani dengan baik oleh setiap karyawan beliau”⁵¹

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti pemilik usaha sudah menerapkan sikap Menjalankan Tugas dan Pekerjaannya dengan Sebaik Mungkin Bahkan Mengembangkan Produktifitas dan Kinerjanya. Sebagaimana beliau bekerja sesuai dengan jobdesknnya agar karyawan/pegawai tidak merasa bekerja sendiri tapi tetap merasa bekerja sama, bahkan beliau terkadang juga keluar dari jobdesknnya untuk membantu pegawai agar pekerjaan di Konveksi Extrawash dapat terselesaikan dengan baik.

- c. Dalam Fikirannya Selalu Berkeinginan Untuk Mengembangkan dan Memperbaiki Kinerjanya.

Berikut wawancara dengan beliau Ibu Alifah selaku pemilik Konveksi Extrawash :

⁴⁹ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁵⁰ Naylia, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

⁵¹ Feri, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

“Saya selalu berusaha untuk berinisiatif untuk mengembangkan kinerja saya mbak, saya baca-baca buku untuk menambah ilmu yang nantinya akan saya terapkan untuk memperbaiki kinerja saya kedepannya, kalau saya terus memperbaiki kinerja saya para karyawan akan mencontoh hal baik itu pula mereka juga akan terus memperbaiki kinerja mereka, agar nantinya konsumen menjadi lebih nyaman dan tercipta loyalitasnya”.⁵²

Pernyataan didukung oleh karyawan beliau Mbak Naylia:

“Saya kurang tahu betul ya mbak bagaimana beliau mengembangkam kinerjanya, tapi beliau selalu mendukung kami untuk terus berproses memperbaiki kinerja”

Pernyataan serupa oleh konsumen Ibu Suliyah:

“setahu saya selama pesan disana mereka baik dan ramah mbak dari dulu”⁵³

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti pemilik usaha sudah menerapkan sikap Selalu Berkeinginan Untuk Mengembangkan dan Memperbaiki Kinerjanya. Sebagaimana beliau berusaha untuk berinisiatif mengembangkan kinerjanya dengan membaca buku untuk mrndapat ilmu mengenai pekerjaan beliau dan memperbaiki kinerja beliau kedepannya agar menjadi lebih baik.

3. Tabligh (Menyampaikan).

Tablig memiliki makna menyampaikan, dan ini berkenaan dengan komunikasi, sehingga dalam memimpin bawahan dibutuhkan untuk mengkomunikasikan tujuan dari misi dan menginspirasi pengikut untukmengikutinya. Sehingga seorang pemimpin butuh keterampilan dalam berkomunikasi agar pemimpin bisa mengakulturasikan ide idenya dan bisa dipahami oleh para pengikutnya. Berikut bentuk implementasi nilai “tagbligh” di konveksi Extrawash :

a. Mampu Berkomunikasi dengan Baik

Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik Konveksi Extrawash :

“Saya memang sering mbak ngobrol dengan konsumen itu dengan karyawan saya pun juga seperti itu saya memperbanyak obrolan, itu menurut saya sebagai latihan juga mbak agar bisa komunikatif dengan

⁵² Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁵³ Suliyah, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

konsumen, saya juga menyampaikan informasi itu apa adanya mbak tidak ada yang saya tutup-tutupi”⁵⁴

Pernyataan beliau juga didukung oleh salah satu konsumen ibu Suliyah :

“Iya mbak saya sering ngobrol dengan bu Alifah, saya kan sering juga kesini kadang juga lewat WhatsApp, setiap saya kesini jika beliau ada pasti ngajak ngobrol saya, jadi kalau ada pesanan saya yang kurang atau gimana-gimana saya jadi tidak sungkan karena sudah sering ngobrol dengan beliau.”⁵⁵

Hal serupa juga disampaikan karyawan beliau Mbak Naylia :

“Iya mbak Ibu Alifah memang orangnya saya lihat komunikatif gitu, jadi saya sering di tanya-tanya juga masalah pekerjaan ada kendala atau tidak gitu, saya juga kalau ada permasalahan di konveksi atau yang lain juga langsung ngomong ke beliau jadi lebih nyaman gitu mbak.”⁵⁶

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti pemilik usaha sudah mampu berkomunikasi dengan baik, dapat dilihat dari bagaimana beliau berusaha untuk ngobrol dengan karyawan maupun dengan konsumen dengan harapan agar konsumen nyaman dan mudah menyampaikan keluhan terkait produk, beliau sudah menerapkan sikap transparan serta memberikan informasi secara jujur selagi informasi dianggap tidak mengarah ke hal pribadi perusahaan. Sehingga mendapatkan respon yang baik dari konsumen serta membuat konsumen menjadi nyaman.

b. Membangun Jaringan Baik dalam Skala Besar maupun Kecil.

Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik Konveksi Extrawash :

“Membangun jaringan baik dan mampu berkomunikasi dengan baik adalah satu hal kesatuan yang saling berkaitan sebenarnya mbak, untuk membangun jaringan dalam skala besar maupun kecil, perorangan/perlembaga, pertama diidentifikasi terlebih mana yang akan kita ditarget dan menganalisis, mempromosikan produk Konveksi Extrawash tanpa harus menjelek-jelekkan usaha konveksi lainnya itu prinsip konveksi saya mbak.”⁵⁷

Pernyataan tersebut didukung oleh salah satu karyawan beliau Mbak

⁵⁴ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁵⁵ Suliyah, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

⁵⁶ Naylia, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

⁵⁷ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

Naylia:

“Untuk membangun jaringan dalam skala besar maupun kecil pertama saya itu mengidentifikasi terlebih dahulu tempat yang akan menjadi target sosialisasi mbak, kemudian menganalisis, seperti pedagang di pasar kita mengidentifikasi terlebih dahulu adakah peluang, jika memang ada peluang kita masuk dan sosialisasi kesana dan menyampaikan tujuan kita”.⁵⁸

Pernyataan beliau didukung oleh konsumennya Ibu Suliyah:

“Iya mbak saya sering juga di edukasi oleh karyawan beliau terkait dengan perawatan produk atau yang lainnya, karena kebetulan saya juga punya usaha baju jadi beliau dan karyawannya sering memberi edukasi”.⁵⁹

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti pemilik usaha sudah Membangun Jaringan Baik dalam Skala Besar maupun Kecil. Dilihat dari bagaimana beliau berusaha berkomunikasi dengan baik untuk membangun kesatuan dengan konsumen, beliau sudah memberikan edukasi dan sosialisasi kepada karyawan yang nantinya akan disampaikan kepada konsumen terkait perawatan baju serta hal lain terkait pasar konveksi.

- c. Memiliki Kemampuan Merealisasikan Pesan atau Misi Tertentu yang akan Dilakukan dengan Pendekatan Tertentu yang Penuh dengan Strategi.

Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik Konveksi Extrawash :

“Penyampaian informasi saya lakukan dengan terbuka mbak, apa adanya dan berusaha untuk tidak menutup-nutupi apapun, itu salah satu cara saya untuk menarik konsumen melalui kepercayaannya mbak, karena kalau saya jujur konsumen tentunya akan lebih percaya.”⁶⁰

Pernyataan didukung oleh karyawannya Mbak Pipit:

“Salah satu strategi yang diajarkan beliau memang kejujuran mbak, itu agar menarik minat konsumen, karena konsumen sekarang menyukai usaha yang jujur”⁶¹

⁵⁸ Naylia, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

⁵⁹ Suliyah, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

⁶⁰ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁶¹ Pipit, “Wawancara, 1 Juni 2024.”

Pernyataan beliau juga didukung oleh salah satu konsumen ibu Suliyah :

“Saya tau kalau beliau ini memang mengedepankan kejujuran apa adanya yang diomongkan mbak, menurut saya itu juga bentuk strategi beliau agar konsumen itu percaya dan nyaman untuk pesan di konveksi beliau.”⁶²

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti pemilik usaha sudah Memiliki Kemampuan Merealisasikan Pesan atau Misi Tertentu yang akan Dilakukan dengan Pendekatan Tertentu yang Penuh dengan Strategi. Konveksi Extrawash ini merupakan usaha yang mengedepankan pesan dan misi secara terbuka terhadap publik dengan jujur, menyampaikan kepada konsumen, sebagaimana beliau selalu mempertahankan kejujuran terkait Konveksi Extrawash sebagai bentuk strategi beliau untuk menarik konsumen dan menimbulkan kepercayaan konsumen untuk berlangganan kepada beliau.

4. Fathonah (Cerdas).

Fathanah berarti mengerti, memahami dan menghayati secara mendalam dalam semua hal yang sudah menjadi tugas dan tanggung jawabnya. Sifat *fathanah* akan menumbuh kreativitas dan inovatif dan sifat ini mungkin hanya dimiliki oleh seseorang yang selalu ingin berusaha untuk menambah berbagai ilmu pengetahuan, peraturan dan informasi. Berikut bentuk implementasi nilai “fathonah” di konveksi Extrawash :

a. Bersikap Bijak dan Menjunjung Tinggi Kebijakan

Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik Konveksi Extrawash :

“Dalam mengambil keputusan saya selaku pimpinan harus bisa bersikap bijaksana terhadap semua teman-teman saling membenahi satu sama lain mbak, walaupun saya seorang pimpinan saya tidak boleh semena-mena terhadap bawahan saya selain itu kita harus menjalankan tugas sesuai dengan tupoksi masing-masing dan saling mengingatkan antar semuanya jika ada yang membuat kesalahan, karena dengan kepemimpinan yang baik saling support satu sama lain akan berpengaruh pada kinerja yang lebih baik”.⁶³

⁶² Suliyah, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

⁶³ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

Pernyataan beliau juga didukung oleh salah satu konsumen ibu Suliyah:

“Bersikap bijaksana atau tidak saya tidak tau mbk, tapi yang jelasnya orang-orang termasuk pimpinannya Konveksi extrawash itu ramah dan sopan dalam pelayanannya.”⁶⁴

Pernyataan diatas juga didukung oleh salah satu konsumen Bpk Feri :

“Saya tidak bisa menilai mbk itu orang-orang yang ada di Konveksi Extrawash itu bijaksana atau tidak tapi setau saya kalau dalam pelayanan mereka selalu bersikap baik dan jujur.”⁶⁵

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti pemilik usaha sudah Bersikap Bijak dan Menjunjung Tinggi Kebijakan. Dilihat dari bagaimana beliau bersikap bijaksana dan tidak mau seman-mena kepada bawahannya beliau berusaha untuk bersikap bijak dalam mengambil keputusan bersama, karena dalam kepemimpinan yang baik akan berpengaruh terhadap kinerja karyawan dalam proses pelayanan konsumen.

- b. Dapat Membaca Peluang Secara Cepat dan Tepat dapat Menciptakan Inovasi-inovasi Baru.

Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik Konveksi Extrawash :

“Dalam membaca peluang untuk menciptakan inovasi- inovasi baru saya memperbanyak untuk ngobrol dengan pebisnis muslim lain mbak, sambil observasi pasar saya juga mencari-cari cara untuk mengetahui apa kebutuhan konsumen saat ini, nantinya akan saya bangun menjadi inovasi-inovasi baru untuk perbaikan usaha saya kedepannya.”⁶⁶

Pernyataan tersebut didukung oleh salah satu karyawan beliau Mbak Naylia:

“Itu adalah salah satu tujuan konveksi extrawash mbak, agar dapat menjaga kepercayaan konsumen, setiap harinya saya berusaha agar dapat menciptakan sebuah inovasi baru dan mengatur strategi baru agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap konveksi Extrawash.”⁶⁷

Pernyataan beliau juga didukung oleh salah satu konsumen ibu Suliyah:

⁶⁴ Suliyah, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

⁶⁵ Feri, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁶⁶ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁶⁷ Naylia, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

“Pelayanan di Konveksi Extrawash memang baik, semua orang-orang sana itu ramah dan sopan, tidak hanya ramah ketika pas di konveksi saja tapi kalau ketemu di jalan juga ramah mbak”⁶⁸

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan peneliti pemilik usaha sudah Dapat Membaca Peluang Secara Cepat dan Tepat dapat Menciptakan Inovasi-inovasi Baru. Sebagaimana dilihat dari pelayanan di Konveksi Extrawash pelayanannya memang baik setiap harinya pimpinan berusaha untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dan mengatur strategi agar dapat mengembangkan Konveksi Extrawash menjadi lebih baik lagi kedepannya.

c. Dapat Menyusun Rencana dan Strategi.

Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik Konveksi Extrawash :

“Menyusun rencana dan strategi dengan membaca peluang yang ada di lapangan, sebenarnya menciptakan inovasi baru itu saling berkesinambungan dengan menyusun strategi mbak, dan menciptakan inovasi baru kami setiap bulannya kan memang mengadakan rapat dan evaluasi jadi dalam rapat itu kami membahas juga mengenai hal ini agar dapat menciptakan inovasi baru dan menyusun strategi baru untuk mengembangkan Konveksi Extrawash menjadi lebih baik.”⁶⁹

Pernyataan tersebut didukung oleh salah satu karyawan beliau Mbak Naylia:

“Dalam menyusun strategi baru saya membaca peluang di lapangan dulu mbak, apakah tempat tersebut adakah peluang untuk saya mempromosikan produk dan memperkenalkan Konveksi Extrawash sebagai usaha di bidang pakaian yang berbasis islam.”⁷⁰

Pernyataan diatas juga didukung oleh salah satu konsumen Bpk Feri:

“strategi promosinya iya baik mbk mereka itu mengerti terhadap orang-orang di pasar pakaian yang membutuhkan jasa konveksi untuk keberlangsungan usaha saya kedepannya, jadi saya rasa promosi mereka baik dan dapat dengan mudah diterima konsumen seperti saya.”⁷¹

Dari hasil wawancara dan diperkuat hasil observasi yang dilakukan

⁶⁸ Suliyah, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

⁶⁹ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁷⁰ Naylia, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

⁷¹ Feri, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

peneliti pemilik usaha sudah Dapat Menyusun Rencana dan Strategi. Sebagaimana dilihat dari beliau menciptakan inovasi baru dengan mengadakan rapat setiap bulannya untuk mengevaluasi kinerja karyawan selama satu bulan dan memperbaiki kinerja karyawan yang kurang baik dengan memotivasi para karyawan, dengan hal itu maka mereka akan memperbaiki kinerjanya dan akan menciptakan sebuah inovasi baru untuk nantinya menarik para konsumen untuk berlangganan di konveksi Extrawash.”

C. Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi Etika Kepemimpinan Islami di Konveksi Extrawash.

Etika adalah suatu bidang ilmu yang memiliki sifat normatif karena ia berperan untuk menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Didalam Al-Qur'an memerintahkan manusia untuk bertindak amanah, tulus dan ikhlas dan benar dalam semua perjalanan hidupnya dan hal tersebut sangat dituntut dalam kegiatan berbisnis. Dalam Islam selalu memerintahkan semua transaksi bisnis harus dilakukan dengan teras teras, jujur, tidak diperbolehkannya unsur penipuan, dan kebohongan. Dalam hal aturan ini mengharuskan dalam setiap pelaku bisnis terutama penyewa harus berlaku adil dalam semua transaksi.⁷²

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya kepemimpinan dipimpin. Kepemimpinan ditimbulkan oleh beberapa faktor, faktor-faktor yang berpengaruh terhadap timbulnya kepemimpinan adalah: faktor religius atau agama, faktor budaya organisasi, faktor pendidikan, dan faktor pengalaman dan pelatihan.⁵⁸ Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika kepemimpinan islami di konveksi Extrawash.

Faktor religius menjadi salah satu faktor yang di kemukakan oleh pemilik konveksi Extrawash tentang alasan mengapa beliau mempelajari etika-etika kepemimpinan islam dalam bisnisnya. Keyakinan dan ketakwaan kepada Allah

⁷² Zubaidah, “Kepemimpinan Transformasional Dalam Konteks Organisasi Aplikasi Teori Dan Konsep - 2009,” accessed March 22, 2024, <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/212423/kepemimpinan-transformasional-dalam-konteks-organisasi-aplikasi-teori-dan-konsep>.

SWT menjadi landasan yang kuat bagi pemimpin dalam mengemban tugasnya.⁷³ Mereka memahami bahwa segala tindakan dan keputusan yang diambil sebagai pemimpin haruslah berdasarkan pada ajaran Islam yang memberikan pedoman moral dan akhlak yang tinggi. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Alifah tentang komitmen untuk menjalankan etika kepemimpinan islam:

“Saya menerapkan etika kepemimpinan islami karena memang basic saya sebagai pebisnis muslim, dan memang dari dulu saya sudah belajar tentang nilai-nilai syariat islam awalnya saya hanya mencari edukasi terkait bisnis islami secara otodidak, tapi semakin kesini saya jadi tertarik sampai akhirnya saya mempelajari cukup lama sambil menjalankan bisnis konveksi saya ini. Saya juga berusaha dengan baik mbak untuk mempraktikkan nilai-nilai etika kepemimpinan islam ini, agar dampaknya nanti terhadap konsumen maupun karyawan itu baik dan bermanfaat.”⁷⁴

Berdasarkan dari data di atas pada rumusan masalah yang kedua tentang faktor-faktor yang mempengaruhi etika kepemimpinan islam di konveksi Extrawash mendapatkan hasil bahwa sebagai seorang pebisnis muslim, beliau merasa bahwa mempraktikkan nilai-nilai syariat Islam adalah bagian dari identitas dan prinsip dasarnya, minatnya terhadap bisnis Islam dimulai dari pencarian edukasi secara otodidak, tetapi seiring berjalannya waktu, minatnya semakin berkembang hingga ia memutuskan untuk secara serius mempelajari etika kepemimpinan Islam. Ibu Alifah juga menegaskan bahwa ia berkomitmen untuk mengimplementasikan nilai-nilai tersebut dengan baik dalam bisnisnya. Baginya, penting untuk mempraktikkan etika kepemimpinan Islam agar dampaknya terhadap konsumen dan karyawan dapat positif dan bermanfaat.

Selanjutnya Faktor budaya organisasi, budaya organisasi juga dapat didefinisikan sebagai filosofi, ideologi, nilai-nilai, asumsi, kepercayaan, harapan, sikap, dan norma yang menyatakan suatu organisasi dan mencakup semua keberagaman atau pluralisme. Pada dasarnya, budaya organisasi adalah karakteristik yang ada dalam suatu kelompok dan digunakan sebagai panduan dalam perilaku mereka serta membedakannya dari kelompok lain.⁷⁵ Konveksi Extrawash memiliki budaya yang terbuka terhadap nilai-nilai Islam, misalnya

⁷³ Edwarn Abazel, “Faktor Yang Mempengaruhi Kepemimpinan | PDF,” accessed June 1, 2024, <https://www.slideshare.net/slideshow/faktor-yang-mempengaruhi-kepemimpinan/35133930>.

⁷⁴ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁷⁵ Zaedun Na'im et al., “ETIKA KEPEMIMPINAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM DAN KORELASINYA TERHADAP KINERJA,” *Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 1 (March 31, 2022): 195–210, <https://doi.org/10.32478/EVALUASI.V6I1.972>.

melalui kebijakan, norma-norma, dan praktik-praktik sehari-hari yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam, maka penerapan etika kepemimpinan akan lebih mudah diterapkan dan diterima oleh seluruh anggota organisasi. Sebagaimana wawancara terhadap Ibu Alifah mengenai budaya organisasi beliau,

“Kalau budaya organisasi atau pengalaman organisasi sendiri saya sebenarnya tidak terlalu banyak saya hanya punya atau ikut organisasi perkumpulan pebisnis wanita gitu mbak, awalnya saya ditawari untuk ikut oleh teman saya karena beliau tau kebetulan saya sedang merintis bisnis baru jadi saya diikutkan dalam organisasi tersebut, banyak ilmu yang saya dapatkan mbak disana, salah satunya juga dengan bagaimana memimpin dengan etika Islam yang baik dan cara memperlakukan karyawan serta pelanggan dengan baik.”⁷⁶

Berdasarkan dari data di atas pada rumusan masalah yang kedua tentang faktor-faktor yang mempengaruhi etika kepemimpinan Islam di konveksi Extrawash mendapatkan hasil bahwa Konveksi Extrawash memiliki budaya yang terbuka terhadap nilai-nilai Islam, yang tercermin dalam kebijakan, norma-norma, dan praktik-praktik sehari-hari yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam. Hal ini membuat penerapan etika kepemimpinan menjadi lebih mudah diterapkan dan diterima oleh seluruh anggota organisasi. Meskipun pengalamannya dalam berorganisasi tidak terlalu banyak, Ibu Alifah menyatakan bahwa ia telah mendapatkan banyak ilmu dari organisasi perkumpulan pebisnis wanita yang pernah diikutinya. Salah satu aspek penting yang ia pelajari adalah bagaimana memimpin dengan etika Islam yang baik dan cara memperlakukan karyawan serta pelanggan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa budaya organisasi yang terbuka terhadap nilai-nilai Islam telah memberikan kontribusi positif dalam pengembangan pemahaman dan praktik etika kepemimpinan Islam dalam bisnisnya.

Faktor selanjutnya adalah Faktor pendidikan, latar belakang pendidikan yang diterima oleh seorang pemimpin dapat memperluas pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip Islam dan cara menerapkannya dalam konteks kepemimpinan.⁷⁷ Pelatihan tentang etika kepemimpinan Islam dapat membantu pemimpin mengembangkan keterampilan dan pemahaman yang diperlukan untuk menjadi pemimpin yang efektif. Latar belakang pendidikan bisnis Islam telah

⁷⁶ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁷⁷ Carel D. Jansen van Vuuren, Kobus Visser, and Marieta du Plessis, “Influential Factors Impacting Leadership Effectiveness: A Case Study at a Public University,” *Acta Commercii* 22, no. 1 (2022): 1–9, <https://doi.org/10.4102/AC.V22I1.978>.

membekali pemilik konveksi Extrawash dengan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana mencapai kesuksesan bisnis sambil tetap mempertahankan prinsip-prinsip moral yang tinggi, dan saya bertekad untuk mengaplikasikan nilai-nilai tersebut dalam setiap aspek kepemimpinan. Sebagaimana wawancara kepada Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash :

“ Tingginya nilai-nilai etika yang diajarkan dalam pendidikan bisnis Islam selama saya berkuliah, telah menjadi landasan kuat bagi saya mbak. Saya percaya bahwa prinsip-prinsip Islam memberikan pedoman yang jelas untuk menjalankan bisnis dengan integritas, keadilan, dan kepedulian terhadap semua pihak yang terlibatsehingga menciptakan lingkungan kerja yang adil, transparan, dan beretika.”⁷⁸

Berdasarkan dari data di atas pada rumusan masalah yang kedua tentang faktor-faktor yang mempengaruhi etika kepemimpinan islam di konveksi Extrawash mendapatkan hasil bahwa faktor pendidikan menjadi salah satu alasan bagi dirinya untuk menerapkan etika kepemimpinan Islam sebagai upaya untuk keberlangsungan usahanya. Ia mengakui bahwa, nilai- nilai bisnis islam yang telah diajarkan dalam pendidikan menunjang beliau untuk menerapkan kepemimpinan islami sebagai bentuk inovasi untuk keberlangsungan usahanya. Keinginan ini mendorongnya untuk menekuni bisnis dan mempertahankan usahanya hingga saat ini.

Faktor yang terakhir adalah Faktor pengalaman dan pelatihan, Pengalaman dalam memimpin dan belajar dari pengalaman tersebut juga memengaruhi kemampuan seorang pemimpin dalam menerapkan etika kepemimpinan Islam. Melalui pengalaman masa lalu, seorang pemimpin dapat terus meningkatkan dan mengembangkan pendekatan mereka dalam memimpin sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.⁷⁹ Pengalaman dan pelatihan telah memberi pemahaman yang mendalam terhadap pemilik konveksi Extrawash tentang bagaimana menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam konteks bisnis dan kepemimpinan, untuk terus mengaplikasikan nilai-nilai tersebut dalam peran beliau sebagai pemimpin. Sebagaimana pula yang disampaikan Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extawash:

“Saya meyakini bahwa latar belakang saya dalam pengalaman dan pelatihan telah membentuk fondasi yang kuat bagi penerapan etika kepemimpinan Islam dalam praktik saya mbak. Pengalaman saya magang dahulu pada seorang pemimpin yang islami telah mengajarkan saya pentingnya integritas, keadilan, dan

⁷⁸ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁷⁹ Edwarn Abazel, “Faktor Yang Mempengaruhi Kepemimpinan | PDF.”

keterbukaan dalam setiap interaksi dengan orang lain, saya juga melakukan pelatihan bisnis dalam beberapa waktu untuk mendapat ilmu lebih mendalam tentang etika kepemimpinan islami.”⁸⁰

Berdasarkan dari data di atas pada rumusan masalah yang kedua tentang faktor-faktor yang mempengaruhi etika kepemimpinan islam di konveksi Extrawash mendapatkan hasil bahwa, faktor pengalaman dan pelatihan menjadi alasan beliau untuk menerapkan etika kepemimpinan islami, berdasarkan pengalaman magangnya di bawah seorang pemimpin yang islami telah memberikannya wawasan tentang pentingnya integritas, keadilan, dan keterbukaan dalam interaksi dengan orang lain. Pengalaman magang telah memberikan pandangan terhadap beliau tentang pentingnya memiliki etika dalam memimpin. Dari sana, pemilik konveksi Extrawash menerapkan nilai-nilai Islam seperti integritas, kejujuran, dan tanggung jawab yang dapat diimplementasikan terhadap praktik kepemimpinan islami.

D. Dampak Etika Kepemimpinan Islami terhadap Loyalitas Konsumen di Konveksi Extrawash.

Implementasi etika kepemimpinan Islami di konveksi Extrawash dapat memberikan dampak yang signifikan. Pertama-tama, prinsip-prinsip kepemimpinan Islami, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih transparan dan adil serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Ini dapat meningkatkan kepercayaan antara pemimpin dan karyawan, serta antar karyawan sendiri. Selain itu, etika kepemimpinan Islami juga menekankan aspek sosial dan kemanusiaan. Pemimpin yang menerapkan nilai-nilai ini diharapkan dapat lebih peduli terhadap kesejahteraan karyawan, memberikan dukungan dalam pengembangan karier, dan memastikan kondisi kerja yang aman dan nyaman. Hal ini dapat meningkatkan motivasi karyawan dan produktivitas secara keseluruhan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika kepemimpinan Islami memberikan dampak yang positif bagi pemilik usaha. Berdasarkan

⁸⁰ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

penelitian dan hasil observasi yang peneliti lakukan dilapangan menunjukkan adanya dampak positif terhadap loyalitas konsumen. Ketika para pemimpin mempraktikkan nilai-nilai Islami seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam menjalankan bisnis, hal ini dapat menciptakan kepercayaan yang lebih tinggi dari konsumen. Berikut dampak penerapan etika kepemimpinan islami dalam meningkatkan loyalitas konsumen :

1. Terciptanya kejujuran karyawan.

Terciptanya kejujuran karyawan di konveksi Extrawash merupakan hasil langsung dari penerapan etika kepemimpinan Islam yang kuat oleh pemiliknya. Dalam lingkungan kerja ini, kejujuran dipandang sebagai prinsip yang tak terpisahkan dari nilai-nilai islam. Pemimpin tidak hanya mengajarkan nilai-nilai kejujuran, tetapi juga menjadi teladan langsung dengan mempraktikkannya dalam setiap aspek bisnis mereka. Selain itu, pemimpin memastikan bahwa lingkungan kerja didasarkan pada prinsip keadilan, di mana setiap karyawan diperlakukan dengan adil dan setiap tindakan dinilai berdasarkan prestasi dan integritas. Kesadaran akan konsekuensi spiritual dari tindakan yang tidak jujur juga mendorong karyawan konveksi extrawash untuk bertindak dengan kejujuran. Dengan demikian, konsumen Extrawash dapat merasa percaya dan yakin bahwa mereka diperlakukan dengan jujur dan adil. Mereka memiliki keyakinan bahwa produk yang mereka beli diproduksi dengan standar etis dan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan integritas yang tinggi. Sebagaimana wawancara terhadap salah satu karyawan Ibu alifah, mbak Naylia :

“Iya mbak memang ibu Alifah sering memberikan edukasi kepada kami tentang bagaimana melayani konsumen itu secara baik dan benar dan sesuai dengan prinsip islam harus selalu berusaha jujur, beliau juga memberikan contoh secara langsung kepada kami bagaimana bersikap jujur sehingga kami dapat dengan mudah mempelajari ilmu beliau mbak”⁸¹

Pernyataan ini didukung oleh karyawan lain Mbak Pipit:

“kami selalu diajarkan untuk jujur sesama lain mbak, jadi selama saya disini terhitung masih baru saya merasa semua mbak-mbak disini baik dan apa adanya, mereka juga terbuka dan jujur”⁸²

Sebagaimana pula wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik konveksi

⁸¹ Naylia, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

⁸² Pipit, “Wawancara, 1 Juni 2024.”

Extrawash :

“Seperti yang saya bilang diawal mbak, menjaga kejujuran dan amanah serta komunikatif dan inovatif itu menjadi salah satu strategi tersendiri untuk saya, baik karyawan maupun staf saya yang lain saya usahakan untuk faham betul mengenai etika-etika kepemimpinan islam, menurut saya dengan penerapan etika tersebut bisa meningkatkan kepercayaan konsumen pada usaha saya”⁸³

Berdasarkan hasil wawancara peneliti yang dilakukan di Konveksi Extrawash menunjukkan bahwa penerapan etika kepemimpinan Islam dalam bisnis tidak hanya dilakukan oleh pemilik konveksi Extrawash tapi juga diterapkan dengan baik oleh karyawan. , melalui penerapan etika kepemimpinan Islam yang kokoh, kejujuran kerja di konveksi Extrawash, menciptakan lingkungan kerja yang berintegritas. Ibu Alifah tidak hanya membangun hubungan yang kuat dengan karyawan, tetapi juga memperkuat hubungan mereka dengan konsumen dan memastikan loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis beliau.

2. Terciptanya komitmen dan tanggungjawab karyawan

Terciptanya komitmen dan tanggung jawab di antara karyawan konveksi Extrawash, yang dipengaruhi oleh prinsip-prinsip etika kepemimpinan Islam yang diterapkan oleh pemimpin konveksi extrawash, memiliki dampak positif yang signifikan bagi konsumen. Dalam lingkungan kerja yang didasarkan pada nilai-nilai agama, karyawan merasa terinspirasi untuk menunjukkan komitmen yang tinggi terhadap pekerjaan mereka dan merasa bertanggung jawab atas setiap tindakan yang mereka lakukan. Karyawan konveksi Extrawash memahami bahwa setiap produk yang diproduksi harus memenuhi standar kualitas tertinggi dan bahwa setiap layanan yang diberikan harus dilakukan dengan penuh dedikasi dan tanggung jawab agar konsumen merasakan manfaat langsung dari komitmen dan tanggung jawab karyawan. Mereka dapat mempercayai bahwa produk yang mereka beli akan dikelola dengan baik dan bahwa layanan pelanggan akan diberikan dengan profesionalisme yang tinggi. Kepercayaan ini membangun hubungan yang kuat antara konsumen dan perusahaan, menciptakan kepercayaan konsumen yang berkelanjutan. Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik

⁸³ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

konveksi Extrawash :

“Salah satu pendekatan saya adalah dengan memberikan teladan langsung mbak. Saya berusaha untuk selalu menunjukkan sikap yang bertanggung jawab dan berkomitmen dalam setiap tindakan dan keputusan saya. Selain itu, saya juga aktif dalam memberikan umpan balik kepada karyawan dan mendorong mereka untuk bertanggung jawab atas pekerjaan mereka sendiri.”⁸⁴

Sebagaimana pula wawancara dengan karyawan beliau mbak Naylia:

“Menurut saya, komitmen dan tanggung jawab di antara karyawan di konveksi Extrawash sangat kuat mbak, dan hal itu sangat dipengaruhi oleh etika kepemimpinan Islam yang diterapkan oleh Ibu Alifah. Kami semua merasa terinspirasi untuk menunjukkan dedikasi dan tanggung jawab yang tinggi terhadap pekerjaan kami.”⁸⁵

Pernyataan beliau juga didukung oleh konsumen beliau Ibu Suliyah :

“Iya mbak baik beliau maupun karyawannya itu sangat amanah, jika pesanan diambil sesuai dengan jadwal mereka juga tepat waktu rasa tanggung jawabnya besar.”⁸⁶

Berdasarkan hasil wawancara peneliti yang dilakukan di Konveksi Extrawash menunjukkan bahwa komitmen dan tanggung jawab karyawan dipengaruhi oleh etika kepemimpinan Islam yang diterapkan oleh Ibu Alifah, pemimpin perusahaan. Hal ini mencerminkan pentingnya nilai-nilai agama dalam membentuk budaya perusahaan yang kuat dan memotivasi karyawan untuk menunjukkan dedikasi terhadap pekerjaan. Konsumen merasakan manfaat langsung dari komitmen dan tanggung jawab karyawan, yang membangun kepercayaan yang kuat antara konsumen dan perusahaan. Ini menciptakan hubungan yang berkelanjutan dan kesetiaan konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas konsumen.

3. Meningkatkan kinerja pelayanan dan komunikasi karyawan.

Dampak positif dari etika kepemimpinan Islam terhadap kinerja pelayanan dan komunikasi karyawan akan terlihat dalam interaksi mereka dengan konsumen. Karyawan yang dipimpin oleh pemilik konveksi Extrawash yang mengedepankan nilai-nilai Islam cenderung menunjukkan sikap yang ramah, sopan, dan menghargai dalam berkomunikasi dengan konsumen. Mereka

⁸⁴ Alifah, “Wawancara, 18 Februari, 2024.” .

⁸⁵ Naylia, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

⁸⁶ Suliyah, “Wawancara, 16 Februari 2024.”

akan berupaya mendengarkan dengan baik kebutuhan dan keinginan konsumen, memberikan solusi yang tepat, dan menangani masalah dengan sikap yang sabar dan empati. Hal ini menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan memuaskan, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash :

“Salah satu langkah utama yang kami ambil adalah dengan memberikan contoh dan edukasi kepada karyawan kami tentang keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan. Selain itu, kami juga mendorong komunikasi terbuka di antara tim dan memberikan contoh secara langsung mbak.”⁸⁷

Pernyataan beliau juga diperkuat oleh konsumen beliau Bpk Feri :

“Saya dengan layanan yang diberikan oleh konveksi ini mbak, karyawan mereka telah berkomunikasi dengan baik dan memberikan pelayanan yang lebih ramah dan profesional. Hal ini membuat pengalaman saya sebagai konsumen menjadi lebih menyenangkan dan memuaskan.”⁸⁸

Berdasarkan hasil wawancara peneliti yang dilakukan di Konveksi Extrawash menunjukkan bahwa dengan memberikan contoh langsung, Ibu Alifah menunjukkan bahwa pemimpin sebagai teladan memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk perilaku dan sikap karyawan. Dengan memfasilitasi komunikasi terbuka dan memberikan pelatihan yang tepat, perusahaan membantu karyawan untuk memahami kebutuhan dan harapan konsumen, serta mengembangkan keterampilan untuk merespons dengan baik. Hal ini secara langsung berkontribusi pada penciptaan pengalaman pelanggan yang positif dan meningkatkan kepercayaan serta loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

4. Meningkatkan inovasi dan kreativitas karyawan.

Penerapan etika kepemimpinan Islam memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan inovasi dan kreativitas karyawan, yang memberikan manfaat bagi konsumen. Pemimpin konveksi Extrawash mempraktikkan nilai-nilai ini dan menciptakan lingkungan yang aman dan terbuka di mana karyawan merasa dihargai dan didorong untuk berkontribusi dengan gagasan dan ide-ide

⁸⁷ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁸⁸ Feri, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

baru. Karyawan yang merasa didorong untuk berinovasi cenderung menciptakan solusi- solusi yang lebih kreatif dan efektif, yang pada gilirannya meningkatkan nilai tambah produk atau layanan yang lebih baik bagi konsumen. Selain itu, inovasi dalam proses produksi atau layanan juga dapat meningkatkan kepuasan serta kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash:

“Salah satu langkah utama yang saya ambil adalah dengan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung inovasi dan kreativitasmbak. Saya percaya bahwa inovasi adalah salah satu kunci untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen dengan cara yang baru dan menarik.”⁸⁹

Pernyataan beliau diperkuat oleh karyawannya mbak Pipit:

“Saya merasa sangat dihargai di perusahaan ini karena mereka memberikan ruang bagi kami untuk berekspresi dan berinovasi. Kami diajak untuk memberikan gagasan-gagasan baru dan mencoba pendekatan-pendekatan kreatif dalam pekerjaan kami untuk nantinya kosnumen bisa tertarik mbak.”⁹⁰

Berdasarkan hasil wawancara peneliti yang dilakukan di Konveksi Extrawash pemilik konveksi Extrawash menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan menjaga keunggulan kompetitif perusahaan. Dengan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung inovasi dan kreativitas karyawan konveksi Extrawash telah berhasil menghasilkan produk dan layanan yang menarik bagi konsumen dan menciptakan loyalitas konsumen.

⁸⁹ Alifah, “Wawancara, 18 Februari 2024.”

⁹⁰ Pipit, “Wawancara, 1 Juni 2024.”

BAB IV

ANALISIS PERAN ETIKA KEPEMIMPINAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN DI KONVEKSI EXTRAWASH KECAMATAN SIMAN KABUPATEN PONOROGO

A. Analisis Implementasi Etika Kepemimpinan Islami di Konveksi Extrawash.

Islam memposisikan kegiatan ekonomi sebagai salah satu aspek yang sangat penting untuk mendapatkan kemuliaan, dengan adanya kemuliaan tersebut kegiatan ekonomi perlu di kontrol agar dapat berjalan seiring dengan ajaran agama Islam secara menyeluruh. Islam merupakan ajaran yang diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan antara manusia dan sang pencipta. Kegiatan ekonomi merupakan bagian dari muamalah yang harus didasarkan atas akidah yang harus benar-benar menghasilkan kegiatan ekonomi yang berakhlak atau bermoral. Kegiatan ekonomi akan membawa kemuliaan jika dilaksanakan sesuai dengan akidah agama Islam dan sesuai dengan moral Islam. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan dengan menganalisis hasil wawancara secara langsung dengan semua pihak yang bersangkutan, peneliti memperoleh Etika Kepemimpinan Islami Islam yang telah diterapkan pada konveksi Extrawash. Berikut merupakan penjelasan dari implementasi prinsip prinsip Etika Kepemimpinan Islam pada konveksi Extrawash dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

Dalam Islam, agama, moral dan elemen spiritual mendominasi kepemimpinan. Dan sudah sangat familiar bagi seorang muslim bahwa ada empat sifat kepemimpinan yang berhubungan dengan Rasulullah, yaitu Sidiq, amanah, fathonah dan tabligh. Empat sifat kepemimpinan Rasulullah SAW itu sebagai cerminan bagian dari indikator apakah seorang pemimpin itu sudah mencotok kepemimpinan Rasulullah atau belum. Sehingga hal ini menjadi kunci penting dalam menjalankan kepemimpinan untuk menerapkan sifat-sifat kepemimpinan Rasulullah dengan seksama. Terkait empat sifat kepemimpinan Rasulullah bisa diuraikan sebagai berikut :

1. *Sidiq* (jujur)

Sidiq adalah konsistensi antara perkataan dan perbuatan. Seorang pemimpin harus selalu berkata yang sebenarnya dari dasar hati, dan menunjukkan ketenangan dalam jiwa, serta kekhawatiran dalam melakukan kebohongan. Berikut bentuk implementasi sikap “*Sidiq*” di konveksi Extrawash:

a. Memiliki Perilaku Tidak Berbuat Curang.

Memiliki perilaku tidak berbuat curang adalah fondasi utama dari integritas dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan kepemimpinan. Prinsip ini menggambarkan komitmen untuk bertindak dengan jujur, adil, dan transparan dalam segala situasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash beliau menuturkan bahwa rezeki yang diperoleh dari cara yang curang tidak akan berkah. Selain itu, pentingnya transparansi kepada pelanggan juga ditekankan; yakni tidak melebih-lebihkan atau mengurangi informasi.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa pemilik usaha konveksi Extrawash, beliau meyakini bahwa melakukan hal curang akan mengakibatkan rezeki yang tidak berkah, yang menekankan pentingnya kejujuran dan integritas dalam setiap aspek bisnisnya. Dengan fokus pada nilai-nilai etika ini, Extrawash tidak hanya menciptakan lingkungan kerja yang positif, tetapi juga memperoleh kepercayaan pelanggan yang dapat mengarah pada hubungan jangka panjang dan keberhasilan bisnis yang berkelanjutan dengan konsumen.

b. Bersaing Secara Adil dan Tidak Merugikan Pelanggan.

Bersaing secara adil dan tidak merugikan pelanggan salah satu prinsip yang sangat penting dalam etika bisnis, termasuk dalam konteks kepemimpinan Islam. Prinsip ini menekankan bahwa dalam menjalankan bisnis, perusahaan dan pemimpinnya harus berkompetisi dengan cara yang etis dan tidak menyebabkan kerugian bagi pelanggan. Sebagaimana wawancara kepada Ibu Alifah selaku pemilik konveksi

Extrawash bahwa untuk bersaing secara sehat, pemilik menegaskan bahwa ia tidak berniat mengambil konsumen dari usaha lain secara tidak etis

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa Ibu Alifah sebagai pemilik usaha konveksi Extrawash mengungkapkan komitmen yang kuat terhadap prinsip-prinsip etika bisnis dan persaingan yang sehat. Hal ini menunjukkan integritas dan tanggung jawab sosial dalam menjalankan bisnisnya melalui persaingan sehat dan inovasi sebagai strategi untuk memenangkan loyalitas konsumen dalam lingkungan persaingan yang kompetitif.

- c. Memiliki Integritas Tinggi Yaitu Kesesuaian antara Perkataan Termasuk Janji dan Perbuatan.

Pemimpin yang memiliki integritas tinggi adalah mereka yang menunjukkan konsistensi antara perkataan dan perbuatan, terutama dalam konteks hubungannya dengan konsumen. Integritas ini tercermin dalam kesesuaian antara janji yang dibuat dan tindakan yang dilakukan oleh pemimpin tersebut. Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash bahwa beliau berusaha menyampaikan informasi kepada konsumen dengan sebenar-benarnya. Kejujuran ini bertujuan untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap bisnisnya.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa pemilik Konveksi Extrawash mengungkapkan betapa pentingnya kejujuran dalam berinteraksi dengan konsumen. Dia mengungkapkan komitmennya untuk selalu berbicara sesuai dengan kebenaran dan fakta yang ada, termasuk dalam hal menginformasikan kepada konsumen tentang pengiriman barang sesuai dengan deadline yang telah disepakati. Pendekatan yang transparan ini mencerminkan komitmen Ibu Alifah untuk membangun hubungan yang jujur dan konsisten dengan konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

- d. Tidak Menutupi Keburukan Ceritakan Kekurangan dan Kelebihan Sesuai Fakta.

Pentingnya transparansi dalam berbisnis tercermin dalam keputusan untuk tidak menutupi keburukan perusahaan dan memberikan informasi yang jujur kepada konsumen. Dengan mengungkapkan kekurangan dan kelebihan sesuai fakta kepada konsumen, perusahaan menunjukkan integritas dan kejujuran dalam menjalankan bisnisnya. Sebagaimana hasil wawancara kepada Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash bahwa ia selalu memberikan jawaban yang apa adanya ketika konsumen bertanya tentang produknya, tanpa melebih-lebihkan atau menutupi kekurangan.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa pemilik Konveksi Extrawash, menunjukkan komitmen yang kuat terhadap prinsip transparansi dan kejujuran dalam berbisnis. Ibu Alifah menegaskan bahwa dalam berinteraksi dengan konsumen, dia selalu menjawab dengan apa adanya tanpa menutupi kekurangan produknya. Pendekatan ini menunjukkan integritasnya sebagai pemilik usaha yang bertanggung jawab dan peduli terhadap kepuasan konsumen.

2. Amanah (Dapat Dipercaya).

Amanah juga berarti memiliki rasa tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang sudah diberikan kepadanya. Dalam segala kegiatan sehari-hari terutama dalam kegiatan transaksi pelayanan terhadap pelanggan, sifat amanah sangatlah diperlukan sebab dengan amanah semuanya akan berjalan dengan lancar dan pelanggan merasa puas dan nyaman terhadap pelayanannya, dengan sifat amanah, para pelaku bisnis dan pelanggannya akan memiliki sifat tidak saling mencurigai bahkan tidak khawatir walau barangnya ada di tangan orang lain. Berikut implementasi nilai “amanah” di Konveksi Extrawash :

a. Tepat Waktu dan Menepati janji.

Tepat waktu dan menepati janji terhadap konsumen merupakan aspek penting dari kepemimpinan yang efektif dalam konteks bisnis. Seorang pemimpin yang bertanggung jawab memastikan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan kepada konsumen disampaikan sesuai dengan janji yang telah dibuat, baik dalam hal kualitas maupun

waktu pengiriman. Sebagaimana wawancara kepada Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash menekankan pentingnya ketepatan waktu dalam memenuhi pesanan konsumen. Pemilik menjelaskan bahwa setiap pesanan baju sudah memiliki deadline yang disepakati sejak awal, mencakup hari dan jam pengambilan.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa pemilik usaha konveksi Extrawash, menggambarkan pendekatan yang sangat profesional dan berorientasi pada pelanggan dalam menjalankan bisnisnya. Komitmen ini diperkuat oleh kesadaran akan potensi kekecewaan konsumen jika pesanan tidak dipenuhi tepat waktu sesuai dengan kesepakatan. Hal ini menunjukkan bahwa Ibu Alifah tidak hanya memahami kebutuhan dan harapan konsumen, tetapi juga berusaha keras untuk memenuhinya dengan konsistensi dan profesionalisme. Pendekatan ini mencerminkan komitmen kolektif tim Extrawash untuk memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen mereka.

- b. Selalu Menjalankan Tugas dan Pekerjaannya dengan Sebaik Mungkin Bahkan Mengembangkan Produktifitas dan Kinerjanya.

Pemimpin yang selalu menjalankan tugas dan pekerjaannya dengan sebaik mungkin, serta aktif mengembangkan produktivitas dan kinerja, menjadi fondasi yang kuat dalam membangun kepercayaan konsumen. Mereka tidak hanya fokus pada penyelesaian tugas-tugas rutin, tetapi juga berusaha untuk terus meningkatkan efisiensi dan kualitas hasil kerja. Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash menjelaskan bahwa setiap bagian, seperti produksi dan administrasi, menjalankan tugasnya sesuai dengan jobdesk masing-masing, sementara ia sendiri mengawasi dan juga berusaha maksimal dalam perannya sebagai pemimpin.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa Ibu Alifah, pemilik Konveksi Extrawash, mengungkapkan komitmen dan pendekatan yang proaktif dalam menjalankan tugasnya sebagai pemimpin. Ibu Alifah menekankan pentingnya setiap anggota tim menjalankan tugas sesuai dengan jobdesk masing-masing. Meskipun

beliau memastikan bahwa semua tugas terpenuhi, Ibu Alifah juga berusaha untuk tidak terpaku hanya pada jobdesk-nya sendiri. Dia memperluas cakupan tanggung jawabnya dengan mengembangkan usaha secara keseluruhan, menunjukkan komitmen untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas secara keseluruhan.

c. Dalam Fikirannya Selalu Berkeinginan Untuk Mengembangkan dan Memperbaiki Kinerjanya.

Pemimpin yang selalu berkeinginan untuk mengembangkan dan memperbaiki kinerjanya untuk konsumen adalah sosok yang sangat peduli terhadap kepuasan dan kebutuhan konsumen. Mereka memiliki pemikiran yang progresif dan selalu mencari cara untuk meningkatkan pengalaman konsumen serta kualitas produk atau layanan yang mereka tawarkan. Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash bahwa dengan terus memperbaiki kinerja, ia dapat menjadi contoh positif bagi karyawannya, yang pada gilirannya juga akan berupaya memperbaiki kinerja mereka. Tujuan akhirnya adalah menciptakan kenyamanan dan loyalitas konsumen melalui peningkatan kualitas kerja secara keseluruhan.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa Ibu Alifah, pemilik Konveksi Extrawash, memiliki sikap yang proaktif dan berorientasi pada pengembangan diri untuk meningkatkan kinerja. Ibu Alifah menekankan pentingnya inisiatif dalam mengembangkan diri, seperti membaca buku untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya. Dengan mengutamakan pengembangan diri, dia tidak hanya meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pribadinya, tetapi juga menciptakan budaya di mana peningkatan kinerja dihargai dan didorong. Sikap proaktif ini juga dapat memotivasi karyawan untuk terus meningkatkan kinerja mereka sendiri, dengan tujuan akhir untuk memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen.

3. Tabligh (Menyampaikan).

Tabligh memiliki makna menyampaikan, dan ini berkenaan dengan komunikasi, sehingga dalam memimpin bawahan dibutuhkan untuk mengkomunikasikan tujuan dari misi dan menginspirasi pengikut untuk

mengikutinya. Sehingga seorang pemimpin butuh keterampilan dalam berkomunikasi agar pemimpin bisa mengakulturasikan ide idenya dan bisa dipahami oleh para pengikutnya. Berikut implementasi nilai “tabligh” di konveksi Extrawash :

a. Mampu Berkomunikasi dengan Baik.

Pemimpin yang mampu berkomunikasi dengan baik dengan konsumen adalah mereka yang memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara jelas, efektif, dan menginspirasi, serta mendengarkan dengan penuh perhatian. Sebagaimana wawancara terhadap Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash sering berkomunikasi dengan konsumen dan karyawan, melihatnya sebagai latihan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi. Penulis berusaha menyampaikan informasi secara transparan, kecuali yang terkait dengan privasi perusahaan. Menurutnya, dengan mengambil inisiatif untuk memulai percakapan, konsumen akan merasa lebih nyaman.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa Ibu Alifah, pemilik Konveksi Extrawash, beliau secara aktif terlibat dalam berkomunikasi dengan konsumen dan karyawan sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan keterampilan komunikasinya. Ibu Alifah mengakui bahwa berbicara secara terbuka dan jujur dengan konsumen merupakan hal yang penting baginya. Dia menganggap interaksi ini sebagai latihan untuk menjadi lebih komunikatif dan membangun kenyamanan bagi konsumen.

b. Membangun Jaringan Baik dalam Skala Besar Maupun Kecil.

Pemimpin yang mampu membangun jaringan baik dalam skala besar maupun kecil untuk konsumen adalah sosok yang memiliki keterampilan dalam membangun hubungan yang kuat dan

berkelanjutan dengan berbagai pihak terkait dengan bisnis mereka. Mereka tidak hanya fokus pada memperluas jaringan dalam lingkup besar seperti mitra industri atau rekanan besar, tetapi juga pada jaringan dalam skala lebih kecil seperti konsumen individual dan komunitas lokal. Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash menyatakan bahwa membangun jaringan, baik skala besar maupun kecil, dan berkomunikasi dengan baik adalah dua hal yang saling terkait.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa Ibu Alifah, pemilik Konveksi Extrawash, terungkap bahwa baginya, membangun jaringan yang baik dan berkomunikasi dengan baik adalah aspek yang saling terkait dan penting dalam strategi bisnisnya. Dia juga menekankan prinsip-prinsip etika bisnis, seperti mempromosikan produk Konveksi Extrawash tanpa merendahkan usaha konveksi lainnya. Pendekatan ini mencerminkan kesadaran Ibu Alifah akan pentingnya membangun hubungan yang berkelanjutan dan saling menguntungkan dengan pihak terkait dalam bisnisnya.

- c. Memiliki Kemampuan Merealisasikan Pesan atau Misi Tertentu yang akan Dilakukan dengan Pendekatan Tertentu yang Penuh dengan Strategi.

Pemimpin yang memiliki kemampuan untuk merealisasikan pesan atau misi tertentu dengan pendekatan strategis pada konsumen adalah sosok yang memiliki visi yang jelas dan kemampuan untuk merancang dan melaksanakan strategi yang efektif. Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash bahwa ia selalu berusaha memberikan informasi dengan terbuka dan apa adanya, tanpa menutupi apapun. Strategi ini digunakan untuk menarik konsumen melalui membangun kepercayaan. Pemilik percaya bahwa dengan bersikap jujur, konsumen akan lebih percaya pada bisnisnya.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa Ibu Alifah, pemilik Konveksi Extrawash, bahwa salah satu pendekatan utama dalam menjalin hubungan dengan konsumen adalah dengan

menyampaikan informasi secara terbuka dan jujur. Ibu Alifah menegaskan pentingnya kejujuran dalam komunikasi sebagai fondasi untuk membangun kepercayaan konsumen. Pendekatan ini menunjukkan kesadaran Ibu Alifah akan pentingnya integritas dalam bisnisnya, yang dapat menciptakan hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan konsumen.

4. Fathonah (Cerdas).

Dalam konteks Islam, "fathonah" sering digunakan untuk merujuk pada pemahaman atau pengertian yang mendalam terhadap ajaran agama, hukum, atau konsep-konsep spiritual. Ini mencakup pemahaman yang mendalam tentang ajaran Quran, Hadis, serta prinsip-prinsip moral dan etika yang diajarkan dalam Islam. Dalam praktiknya, "fathonah" menandakan kemampuan seseorang untuk merenungkan, menganalisis, dan memahami secara mendalam tentang masalah-masalah agama dan spiritualitas. Dalam konteks pendidikan, "fathonah" juga merujuk pada pemahaman yang mendalam dan kritis terhadap materi pelajaran atau konsep-konsep tertentu. Berikut bentuk implementasi "fathonah" di konveksi Extrawash :

a. Bersikap Bijak dan Menjunjung Tinggi Kebijakan.

Pemimpin yang bersikap bijak dan menjunjung tinggi kebijakan untuk konsumen adalah sosok yang memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan yang bijaksana dan mempertimbangkan kepentingan serta kebutuhan konsumen. Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash bahwa sebagai seorang pimpinan, beliau memperlakukan semua anggota tim dengan adil dan tidak semena-mena. Selain itu, pentingnya menjalankan tugas sesuai dengan tupoksi masing-masing dan saling memberi dukungan serta memperbaiki satu sama lain jika terjadi kesalahan.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa Ibu Alifah, pemilik Konveksi Extrawash, bahwa dia memiliki pendekatan kepemimpinan yang bijaksana dan kolaboratif. Ibu Alifah

menekankan pentingnya sikap bijaksana dalam pengambilan keputusan, di mana dia tidak hanya mempertimbangkan kepentingan pribadi, tetapi juga kepentingan kolektif dan kesejahteraan timnya. Pendekatan kepemimpinan yang bijaksana dan kolaboratif ini dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan positif, di mana setiap anggota tim merasa dihargai dan termotivasi untuk berkontribusi secara maksimal. Dengan demikian, pendekatan Ibu Alifah dalam kepemimpinannya dapat berdampak positif pada kinerja dan pelayanan konsumen di Konveksi Extrawash.

b. Dapat Membaca Peluang Secara Cepat dan Tepat dapat Menciptakan Inovasi-inovasi Baru.

Pemimpin yang mampu membaca peluang secara cepat dan tepat adalah mereka yang memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami perubahan tren, kebutuhan pasar, dan peluang baru dengan cepat dan akurat. Sebagaimana wawancara dengan Ibu Alifah selaku pemilik konveksi Extrawash bahwa beliau aktif berkomunikasi dengan pebisnis muslim lainnya untuk mendapatkan wawasan dan ide baru. Selain itu, ia juga melakukan observasi pasar dan mencari tahu kebutuhan konsumen saat ini. Dengan informasi ini, penulis berencana untuk mengembangkan inovasi-inovasi baru yang dapat meningkatkan usahanya di masa depan.

Berdasarkan data di atas penulis menganalisis bahwa Ibu Alifah, pemilik Konveksi Extrawash, terlihat bahwa dia memiliki pendekatan yang proaktif dalam membaca peluang untuk menciptakan inovasi baru. Ibu Alifah menegaskan pentingnya berinteraksi dengan pebisnis muslim lain dan melakukan observasi pasar untuk memahami tren dan kebutuhan konsumen saat ini. Keterlibatan Ibu Alifah dalam observasi pasar dan interaksi dengan komunitas bisnis serta konsumennya tampaknya telah memengaruhi budaya kerja dan pelayanan di Konveksi Extrawash. Sikap ramah dan sopan dari tim Konveksi Extrawash tidak hanya terjadi di tempat kerja, tetapi juga tercermin dalam interaksi di luar konteks bisnis, yang menunjukkan

komitmen mereka terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen.

c. Dapat Menyusun Rencana dan Strategi.

Seorang pemimpin yang dapat menyusun rencana dan strategi untuk menarik loyalitas konsumen adalah mereka yang memiliki pemahaman mendalam tentang kebutuhan, keinginan, dan perilaku konsumen. Mereka mampu merancang strategi yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen dengan berbagai cara yang relevan dan bermanfaat.

Berdasarkan data diatas penulis menganalisis bahwa Ibu Alifah, pemilik Konveksi Extrawash, terlihat bahwa dia memiliki pendekatan yang sistematis dalam menyusun rencana dan strategi untuk menarik loyalitas konsumen. Ibu Alifah menekankan pentingnya membaca peluang di lapangan untuk menciptakan inovasi-inovasi baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Dia juga menyoroti pentingnya rapat dan evaluasi rutin untuk membahas strategi dan inovasi baru setiap bulannya. Pendekatan ini menunjukkan kesadaran Ibu Alifah akan pentingnya terus-menerus beradaptasi dengan perubahan pasar dan memperbarui strategi bisnisnya secara berkala.

B. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika kepemimpinan islami di Konveksi Extrawash.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi implementasi etika kepemimpinan Islam di konveksi Extrawash melibatkan aspek organisasional, individu, dan lingkungan eksternal. Pertama-tama, komitmen dari para pemimpin organisasi menjadi faktor utama. Jika pimpinan utama dan manajemen tingkat atas mendukung dan mempraktikkan nilai-nilai kepemimpinan Islam, maka implementasi etika ini memiliki kemungkinan keberhasilan yang lebih tinggi. Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi etika kepemimpinan islami di Konveksi Extrawash adalah :

1. Faktor Religius.

Seseorang menjadi pemimpin karena dianggap seorang ahli atau

paham dalam bidang agama. Ia di anggap mengetahui banyak tantangan masalah-masalah keagamaan. Keyakinan dan ketakwaan kepada Allah SWT menjadi landasan yang kuat bagi pemimpin dalam mengemban tugasnya. Mereka memahami bahwa segala tindakan dan keputusan yang diambil sebagai pemimpin haruslah berdasarkan pada ajaran Islam yang memberikan pedoman moral dan akhlak yang tinggi. Faktor religius menjadi salah satu faktor yang di kemukakan oleh pemilik konveksi Extrawash tentang alasan mengapa beliau mempelajari etika-etika kepemimpinan islam dalam bisnisnya.

Pemilik konveksi Extrawash, mengungkapkan bahwa faktor religius memainkan peran penting dalam keputusannya untuk mempelajari etika kepemimpinan Islam dalam bisnisnya. Ia menjelaskan bahwa sebagai seorang pebisnis Muslim, landasan agamanya menjadi dasar dalam menjalankan bisnisnya. Alifah telah memulai dengan mencari pendidikan sendiri tentang nilai-nilai bisnis Islam secara otodidak, tetapi semakin lama, minatnya dalam hal ini berkembang, dan ia memutuskan untuk mendalami studi tersebut secara lebih mendalam. Dengan demikian, ia menyadari pentingnya mempraktikkan nilai-nilai etika kepemimpinan Islam dalam pengelolaan bisnisnya. Dalam upayanya untuk menerapkan nilai-nilai tersebut dengan baik, Ibu Alifah berharap agar dampaknya positif terhadap konsumen dan karyawan, dengan tujuan agar hubungan dalam bisnisnya dapat berjalan secara baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

2. Faktor budaya organisasi

Budaya organisasi juga dapat didefinisikan sebagai filosofi, ideologi, nilai-nilai, asumsi, kepercayaan, harapan, sikap, dan norma yang menyatakan suatu organisasi dan mencakup semua keberagaman atau pluralisme. Pada dasarnya, budaya organisasi adalah karakteristik yang ada dalam suatu kelompok dan digunakan sebagai panduan dalam perilaku mereka serta membedakannya dari kelompok lain.

Pemilik konveksi Extrawash mengungkapkan bahwa Konveksi

Extrawash memiliki budaya organisasi yang terbuka terhadap nilai-nilai Islam. Hal ini tercermin melalui kebijakan, norma-norma, dan praktik-praktik sehari-hari yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam. Alifah menyatakan bahwa dengan adanya budaya organisasi yang demikian, penerapan etika kepemimpinan Islam menjadi lebih mudah diterapkan dan diterima oleh seluruh anggota organisasi. Meskipun pengalamannya dalam organisasi tidak begitu banyak, ia berbagi bahwa melalui keanggotaannya dalam perkumpulan pebisnis wanita, ia mendapatkan banyak ilmu, termasuk tentang bagaimana memimpin dengan etika Islam yang baik serta cara memperlakukan karyawan dan pelanggan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks Konveksi Extrawash, budaya organisasi yang terbuka terhadap nilai-nilai Islam memberikan landasan yang kuat bagi implementasi etika kepemimpinan Islam dalam praktik sehari-hari bisnis mereka. Dengan demikian, wawancara tersebut menggambarkan betapa pentingnya budaya organisasi yang mendukung nilai-nilai Islam dalam menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan beretika.

3. Faktor Pendidikan

Latar belakang pendidikan yang diterima oleh seorang pemimpin dapat memperluas pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip Islam dan cara menerapkannya dalam konteks kepemimpinan. Pelatihan tentang etika kepemimpinan Islam dapat membantu pemimpin mengembangkan keterampilan dan pemahaman yang diperlukan untuk menjadi pemimpin yang efektif.

Pemilik Konveksi Extrawash mengungkapkan bahwa pendidikan memainkan peran penting dalam keputusannya untuk menerapkan etika kepemimpinan Islam dalam bisnisnya. Nilai-nilai bisnis Islam yang telah diajarkan sebagai fondasi yang kuat yang mendukung upaya-upaya untuk mempertahankan usahanya. Keputusannya untuk menerapkan kepemimpinan Islam tidak hanya sebagai sebuah tanggung jawab, tetapi juga sebagai bentuk inovasi yang diperlukan untuk menjaga keberlangsungan usahanya. Dengan demikian, pendidikan adalah pendorong yang mengarahkan beliau

untuk memilih jalur kepemimpinan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, dan memotivasi pemilik konveksi Extrawash untuk tetap bertahan dan berkembang dalam dunia bisnis hingga saat ini.

4. Faktor pengalaman dan pelatihan.

Pengalaman dalam memimpin dan belajar dari pengalaman tersebut juga memengaruhi kemampuan seorang pemimpin dalam menerapkan etika kepemimpinan Islam. Melalui pengalaman masa lalu, seorang pemimpin dapat terus meningkatkan dan mengembangkan pendekatan mereka dalam memimpin sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pengalaman dan pelatihan telah memberi pemahaman yang mendalam terhadap pemilik konveksi Extrawash tentang bagaimana menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam konteks bisnis dan kepemimpinan.

Pemilik Konveksi Extrawash mengungkapkan bahwa pengalaman magang di bawah kepemimpinan yang berbasis Islam telah memberikan wawasan yang berharga tentang nilai-nilai seperti integritas, keadilan, dan keterbukaan dalam berinteraksi dengan orang lain. Pengalaman langsung di bawah seorang pemimpin yang menerapkan prinsip-prinsip Islam secara praktis telah memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana nilai-nilai ini dapat diwujudkan dalam konteks bisnis. Selain itu, dia menekankan pentingnya pelatihan bisnis yang dia jalani untuk memperdalam pemahaman tentang etika kepemimpinan Islam.

C. Analisis dampak etika kepemimpinan islami terhadap loyalitas konsumen di Konveksi Extrawash.

Implementasi etika kepemimpinan Islami di konveksi Extrawash dapat memberikan dampak yang signifikan. Pertama-tama, prinsip-prinsip kepemimpinan Islami, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih transparan dan adil serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Ini dapat meningkatkan kepercayaan antara pemimpin dan karyawan, serta antar karyawan sendiri. Selain itu, etika kepemimpinan Islami juga menekankan aspek sosial dan

kemanusiaan. Pemimpin yang menerapkan nilai-nilai ini diharapkan dapat lebih peduli terhadap kesejahteraan karyawan, memberikan dukungan dalam pengembangan karier, dan memastikan kondisi kerja yang aman dan nyaman. Berikut dampak etika kepemimpinan islami terhadap loyalitas konsumen di Konveksi Extrawash adalah :

1. Terciptanya kejujuran karyawan .

Kejujuran karyawan di konveksi Extrawash merupakan hasil langsung dari penerapan etika kepemimpinan Islam yang kuat oleh pemiliknya. Dalam lingkungan kerja ini, kejujuran dipandang sebagai prinsip yang tak terpisahkan dari nilai-nilai islam. Pemimpin tidak hanya mengajarkan nilai-nilai kejujuran, tetapi juga menjadi teladan langsung dengan mempraktikkannya dalam setiap aspek bisnis mereka. Selain itu, pemimpin memastikan bahwa lingkungan kerja didasarkan pada prinsip keadilan, di mana setiap karyawan diperlakukan dengan adil dan setiap tindakan dinilai berdasarkan prestasi dan integritas. Kesadaran akan konsekuensi spiritual dari tindakan yang tidak jujur juga mendorong karyawan konveksi extrawash untuk bertindak dengan kejujuran.

Berdasarkan paparan data diatas dari hasil observasi yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa penerapan etika kepemimpinan Islam dalam bisnis tidak hanya menciptakan produk atau layanan berkualitas tinggi, tetapi juga membangun fondasi kepercayaan yang kokoh di antara konsumen. Dengan menjaga integritas, amanah, dan komunikasi yang baik, pemimpin seperti Ibu Alifah mampu memperkuat ikatan emosional dengan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis beliau.

2. Terciptanya komitmen dan tanggungjawab karyawan

Komitmen dan tanggung jawab di antara karyawan konveksi Extrawash, yang dipengaruhi oleh prinsip-prinsip etika kepemimpinan Islam yang diterapkan oleh pemimpin konveksi extrawash, memiliki dampak positif yang signifikan bagi konsumen.

Karyawan konveksi Extrawash memahami bahwa setiap produk yang diproduksi harus memenuhi standar kualitas tertinggi dan bahwa setiap layanan yang diberikan harus dilakukan dengan penuh dedikasi dan tanggung jawab agar konsumen merasakan manfaat langsung dari komitmen dan tanggung jawab karyawan. Mereka dapat mempercayai bahwa produk yang mereka beli akan dikelola dengan baik dan bahwa layanan pelanggan akan diberikan dengan profesionalisme yang tinggi. Kepercayaan ini membangun hubungan yang kuat antara konsumen dan perusahaan, menciptakan kepercayaan konsumen yang berkelanjutan.

Berdasarkan paparan data diatas dari hasil observasi yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa etika kepemimpinan Islam yang diterapkan oleh Ibu Alifah, pemimpin perusahaan, memiliki dampak yang signifikan terhadap komitmen dan tanggung jawab karyawan. Penerapan nilai-nilai agama ini telah membentuk budaya perusahaan yang kuat, di mana karyawan merasa terdorong untuk menunjukkan dedikasi tinggi terhadap setiap pekerjaan. Komitmen dan tanggung jawab karyawan ini dirasakan secara langsung oleh konsumen mereka mengalami layanan yang lebih berkualitas dan konsisten karena karyawan terlibat sepenuh hati dalam pekerjaan mereka. Kepercayaan yang kuat terbangun antara konsumen dan perusahaan karena pengalaman positif ini, konsumen merasa didengar, dihargai, dan dilayani dengan baik, sehingga mereka cenderung tetap loyal terhadap perusahaan.

3. Meningkatkan kinerja pelayanan dan komunikasi karyawan.

Peran etika kepemimpinan Islam terhadap kinerja pelayanan dan komunikasi karyawan akan terlihat dalam interaksi mereka dengan konsumen. Karyawan yang dipimpin oleh pemilik konveksi Extrawash yang mengedepankan nilai-nilai Islam cenderung menunjukkan sikap yang ramah, sopan, dan menghargai dalam berkomunikasi dengan konsumen. Mereka akan berupaya mendengarkan dengan baik kebutuhan dan keinginan konsumen, memberikan solusi yang tepat, dan menangani masalah dengan sikap yang sabar dan empati. Hal ini menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan memuaskan, yang

pada gilirannya meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Berdasarkan paparan data diatas dari hasil observasi yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa peran Ibu Alifah sebagai pemimpin perusahaan, dalam membentuk perilaku dan sikap karyawan menunjukkan hasil yang positif bagi konsumen. Melalui contoh langsung yang diberikan oleh Ibu Alifah, karyawan tidak hanya memperoleh pemahaman tentang standar yang diharapkan, tetapi juga terinspirasi untuk meniru sikap positif dan dedikasi yang ditunjukkan oleh pemimpin mereka. Kepercayaan konsumen terhadap perusahaan meningkat karena pengalaman positif yang mereka alami, yang akan membangun loyalitas yang lebih kuat. Dengan memahami dan merespons kebutuhan konsumen dengan baik, perusahaan menciptakan lingkungan yang mempromosikan hubungan yang berkelanjutan dengan konsumen.

4. Meningkatkan inovasi dan kreativitas karyawan.

Penerapan etika kepemimpinan Islam yang dilakukan pemilik konveksi Extrawash memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan inovasi dan kreativitas karyawan, yang memberikan manfaat bagi konsumen. Karyawan yang merasa didorong untuk berinovasi cenderung menciptakan solusi-solusi yang lebih kreatif dan efektif, yang pada gilirannya meningkatkan nilai tambah produk atau layanan yang lebih baik bagi konsumen. Selain itu, inovasi dalam proses produksi atau layanan juga dapat meningkatkan kepuasan serta kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk

Berdasarkan paparan data diatas dari hasil observasi yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa pemilik Konveksi Extrawash, menciptakan lingkungan kerja yang mendukung inovasi dan kreativitas, Konveksi Extrawash mendorong karyawan untuk berpikir di luar kotak dan menemukan solusi-solusi baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Melalui upaya kolaboratif dan dorongan untuk berinovasi, karyawan mampu menghasilkan inovasi produk maupun dalam pelayanan yang tidak hanya memenuhi harapan konsumen tetapi juga

menghadirkan nilai tambah yang unik. Keberhasilan ini tidak hanya menciptakan kepuasan bagi konsumen tetapi juga menciptakan loyalitas karena produk-produk yang menarik dan inovatif.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam Islam, agama, moral dan elemen spiritual mendominasi kepemimpinan Rasulullah SAW. Dan sudah sangat familiar bagi seorang muslim bahwa ada empat sifat kepemimpinan yang berhubungan dengan Rasulullah, yaitu Sidiq, amanah, fathonah dan tabligh. Empat sifat kepemimpinan Rasulullah SAW itu sebagai cerminan bagian dari indikator apakah seorang pemimpin itu sudah mencotah kepemimpinan Rasulullah dengan baik atau belum.⁹¹ Implementasi etika kepemimpinan islami di konveksi extrawash, pemilik konveksi extrawash sudah menerapkan etika kepemimpinan Islam berupa nilai-nilai seperti sidq (kejujuran), amanah (kepercayaan), tabligh (penyampaian pesan), dan fathonah (keberhasilan), Konveksi Extrawash telah menciptakan lingkungan kerja yang didasarkan pada integritas, transparansi, komunikasi yang efektif, dan pencapaian yang berkelanjutan. Pemilik perusahaan, Ibu Alifah, telah memimpin dengan baik, memberikan arahan kepada karyawan untuk bertindak dengan jujur, memperlihatkan kepercayaan yang kuat dalam tugas-tugas yang diberikan, menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif, serta memotivasi tim untuk mencapai kesuksesan bersama. Konveksi Extrawash tidak hanya menjaga reputasi yang baik dalam industri, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan membangun loyalitas yang erat dengan konsumen.
2. Faktor- faktor yang mempengaruhi etika kepemimpinan islami di konveksi extrawash adalah faktor religius atau agama, di mana

⁹¹ Agus Firdaus Chandra et al., "Etika Kepemimpinan Dalam Islam: Pandangan Hadits Tentang Kriteria Dan Tanggung Jawab Seorang Pemimpin," *UInScof* 1, no. 2 (December 22, 2023): 1305–14, <https://doi.org/10.2452/edu.v2i01.29939>.

pemilik dipengaruhi oleh keyakinan dan ketakwaan kepada ajaran Islam, menjadi landasan utama dalam mengambil keputusan dan tindakan sebagai pemimpin. Kedua, faktor budaya organisasi, yang menunjukkan bahwa pengalaman organisasi memudahkan penerapan etika kepemimpinan di konveksi extrawash. Ketiga, faktor pendidikan adalah alasan pemilik konveksi Extrawash untuk menerapkan etika kepemimpinan Islam sebagai upaya untuk keberlangsungan usahanya. Nilai-nilai bisnis islam yang

telah diajarkan dalam pendidikan menunjang beliau untuk menerapkan kepemimpinan islami sebagai bentuk inovasi untuk keberlangsungan usaha. Terakhir, faktor pengalaman dan pelatihan pengalaman dan pelatihan menjadi alasan beliau untuk menerapkan etika kepemimpinan islami, berdasarkan pengalaman magangnya di bawah seorang pemimpin yang islami telah memberikannya wawasan tentang pentingnya integritas, keadilan, dan keterbukaan dalam interaksi dengan karyawan maupun konsumen. Dari sana, pemilik konveksi Extrawash menerapkan nilai-nilai Islam seperti integritas, kejujuran, dan tanggung jawab yang dapat diimplementasikan terhadap praktik kepemimpinan islami.

3. Dampak penerapan etika kepemimpinan Islam di Konveksi Extrawash telah membawa dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Melalui nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab serta komunikasi yang baik dari pemilik konveksi Extrawash, pemilik telah memberikan dampak yang positif bagi karyawan untuk menciptakan kejujuran karyawan, menciptakan komitmen dan tanggungjawab karyawan, meningkatkan kinerja pelayanan dan komunikasi karyawan, serta meningkatkan inovasi dan kreativitas karyawan. Dengan demikian, konsumen yang berinteraksi langsung dengan karyawan dapat merasakan dampak yang positif dari etika kepemimpinan islami yang diterapkan oleh pemilik Konveksi Extrawash. Dengan

ini, pemilik konveksi Extrawash berhasil memberikan dampak yang positif baik untuk kinerja karyawan maupun meningkatkan loyalitas konsumen berdasarkan nilai-nilai etika kepemimpinan islami.

B. Saran

Saran merupakan suatu masukan yang disusun untuk menyempurnakan hasil dari penelitian. Setelah peneliti mengkaji landasan teori, serta melakukan penelitian lapangan dan menganalisis hasil penelitian tersebut, penulis memberikan saran yang berlaku sebagai masukan bagi pihak terkait yang menjadi objek penelitian.

1. Kepada pemilik konveksi Extrawash, dapat mempertimbangkan untuk mengadakan sesi pelatihan reguler yang menyoroti nilai-nilai etika Islam dan bagaimana menerapkannya dalam layanan pelanggan dan interaksi sehari-hari dengan konsumen. Selain itu, penting juga untuk memperkuat komunikasi antara perusahaan dan konsumen dengan lebih aktif menyampaikan pesan-pesan yang menekankan nilai-nilai etika Islam yang diterapkan oleh perusahaan.
2. Kepada konsumen diharapkan untuk memperhatikan nilai-nilai etika kepemimpinan Islam yang menjadi dasar dalam praktik bisnis suatu perusahaan selain itu, konsumen juga dapat secara aktif berpartisipasi dalam memberikan umpan balik kepada perusahaan terkait dengan pengalaman mereka sebagai pelanggan. Dengan memberikan masukan secara terbuka dan jujur.

DAFTAR PUSTAKA

- A.F Junaedi. "Filosofi Dan Etika Kepemimpinan Dalam Islam." Accessed March 15, 2024. <https://journal.uui.ac.id/JHI/article/view/2807/2563>.
- Afif, Mufti, and Emuzd Mudzahir. "Analisis Implementasi Kepemimpinan Islam Di Toko Art Root Center & Furniture Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." *Journal of Islamic Economics and Philanthropy* 2, no. 2 (2019): 297–305. <https://doi.org/10.21111/jiep.v2i02.3770>.
- Alifah. "Wawancara, 18 Februari, 2024," n.d.
- Aniyati. "Implementasi Nilai Siddiq, Amanah, Tabligh, Dan Fathanah Dalam Pelayanan Nasabah Di Bmt Ugt Nusantara Capem Batu Urip Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember," 2021, 1–119.
- Ayyubi, Salahuddin El, and Sausan Anggi Anggraini. "Peran Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Pangan Di Kota Bogor." *Journal of Business & Banking* 6, no. 2 (February 1, 2019). <https://doi.org/10.14414/JBB.V6I2.1299>.
- dani agung. "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis) | ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin." Accessed March 13, 2024. <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/135>.
- Denison, D. R., & Mishra, A. K. (1995). Toward a theory of organizational culture and effectiveness. *Organization science*, 6(2), 204-223. Denison, D. R., & Mishra, A. K. (1995). Toward a theory of organizational culture and effectiveness. *Organization scie*, 204-223. "No Title," n.d.
- Farida, Dian. "Etika Kepemimpinan Dalam Islam | PDF." Accessed March 15, 2024. <https://www.scribd.com/document/430775593/Etika-Kepemimpinan-Dalam-Islam>.
- Fina, Melyana. "PENGARUH ETIKA KERJA ISLAM DAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN BUDAYA ORGANISASI ISLAM SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kalianda)," December 8, 2022.
- Firdaus Chandra, Agus, Mhd Hadi Wahyudi, Sayyid Aqiel Arraziq, Mhd Ichza

- Nauval, and Uin Sultan Syarif Kasim Riau. “Etika Kepemimpinan Dalam Islam: Pandangam Hadits Tentang Kriteria Dan Tanggung Jawab Seorang Pemimpin.” *UInScof* 1, no. 2 (December 22, 2023): 1305–14.
<https://doi.org/10.2452/edu.v2i01.29939>.
- Iklil, M. (Muhammad). “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Ras Sablon Desa Weru Lor Cirebon.” *Jurnal Syntax Admiration* 1, no. 1 (2020): 33–43.
- Maisaroh, Ridha, and Maulida Nurhidayati. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TOKO STARS MADIUN 2.” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 1, no. 2 (December 6, 2021): 197–216.
<https://doi.org/10.21154/NIQOSIYA.V1I2.282>.
- “Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus - Muh. Fitrah & Luthfiyah - Google Buku.” Accessed November 18, 2023.
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=UVRtDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metodologi+penelitian+kualitatif&ots=IsoYFHykVI&sig=zg9pCH4FvQOB1bcQRvGzdRITjGg&redir_esc=y#v=onepage&q=metodologi penelitian kualitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=UVRtDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metodologi+penelitian+kualitatif&ots=IsoYFHykVI&sig=zg9pCH4FvQOB1bcQRvGzdRITjGg&redir_esc=y#v=onepage&q=metodologi%20penelitian%20kualitatif&f=false).
- Muhadjir, Noeng. “Metodologi Penelitian Kualitatif,” 1996. <http://library.stik-ptik.ac.id>.
- Na'im, Zaedun, Stai Ma'had, Aly Al-Hikam, and Indonesia Malang. “ETIKA KEPEMIMPINAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM DAN KORELASINYA TERHADAP KINERJA.” *Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 1 (March 31, 2022): 195–210.
<https://doi.org/10.32478/EVALUASI.V6I1.972>.
- Naylia. “Wawancara, 16 Februari 2024,” n.d.
- Pritandhari, Meyta. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Bmt Amanah Ummah Sukoharjo).” *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)* 3, no. 1 (2015): 50–60. <https://doi.org/10.24127/ja.v3i1.142>.
- Raizatul Hilma, 170602196. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Pada UMKM Kampung Aree, Pidie,” July 22, 2022.

<http://repository.ar-raniry.ac.id>.

———. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Pada UMKM Kampung Aree, Pidie,” July 22, 2022. <http://repository.ar-raniry.ac.id>.

Ridha Maisaroh, and Maulida Nurhidayati. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2.” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 1, no. 2 (2021): 197–216.

<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i2.282>.

Rosanti, Diah Ayu, and Amin Wahyudi. “Komunikasi Kepemimpinan Untuk Meningkatkan Kinerja Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus Pada UD Kaos Hasby).” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 3, no. 2 (December 27, 2023): 359–67.

<https://doi.org/10.21154/NIQOSIYA.V3I2.2516>.

Shobri. “Wawancara, 18 Febuari 2024,” n.d.

Stikubank, Unisversitas. “ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM Sri Nawatmi” 9, no. 1 (2010): 50–58.

Suliyah. “Wawancara, 16 Februari 2024,” n.d.

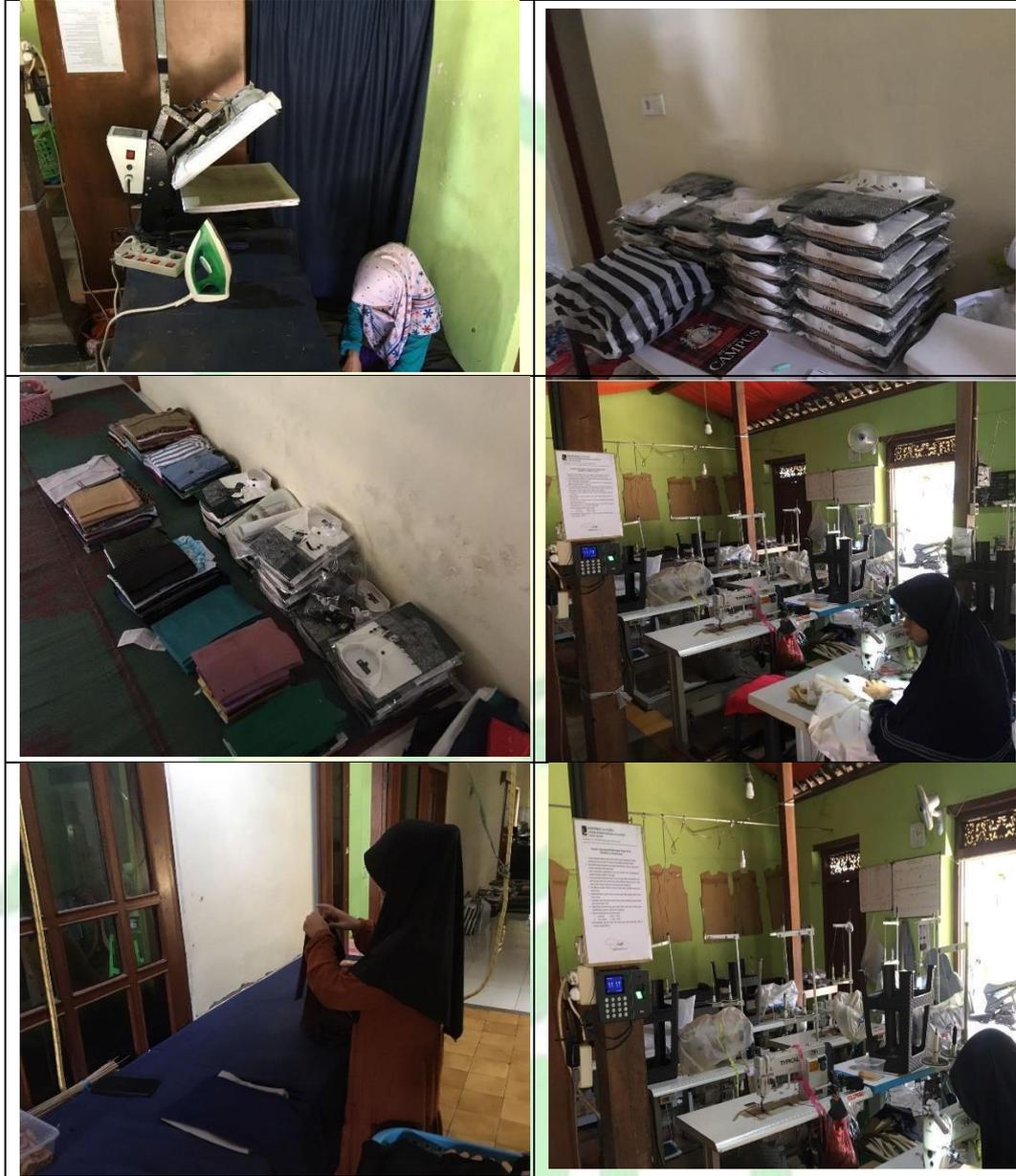
Syarifah Al-Hababa, Markha. “Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Tempe Barokah Desa Jambearum Kecamatan Puger Kabupaten Jember Tahun 2022,” January 4, 2023.

Zubaidah. “Kepemimpinan Transformasional Dalam Konteks Organisasi Aplikasi Teori Dan Konsep - 2009.” Accessed March 22, 2024.

<https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/212423/kepemimpinan-transformasional-dalam-konteks-organisasi-aplikasi-teori-dan-konsep>.

LAMPIRAN

A. Dokumentasi.



PONOROGO

B. Daftar Pertanyaan Wawancara.

1. Pertanyaan wawancara terhadap pemilik.
 - a) Kapan usaha konveksi Extrawash didirikan?
 - b) Berapa jumlah karyawan dan mesin jahit yang dimiliki konveksi extrawash?
 - c) Bagaimana struktur organisasi Konveksi Extrawash?
 - d) Bagaimana penerapan sikap jujur di konveksi Extrawash?
 - e) Cara apa yang dilakukan untuk bersaing secara sehat dengan pebisnis lain?
 - f) Apakah konveksi Extrawash sudah menerapkan integritas kerja?
 - g) Bagaimana menyampaikan kelebihan dan kekurangan yang ada pada konveksi Extrawash?
 - h) Apakah ketepatan waktu di konveksi Extrawash sudah baik?
 - i) Apakah pemilik sudah menjalankan tugas dan tanggung jawab dengan baik?
 - j) Apakah berkeinginan memperbaiki kinerja anda?
 - k) Apakah pemilik mampu berkomunikasi dengan baik?
 - l) Apakah pemilik membangun jaringan dengan pebisnis lain?
 - m) Bagaimana strategi penyampaian pada konsumen?
 - n) Apakah pemilik bersikap bijak?
 - o) Apakah pemilik dapat membaca peluang dengan baik?
 - p) Apakah pemilik dapat menyusun rencana dan strategi dengan baik?
 - q) Faktor apa saja yang mempengaruhi pemilik menerapkan etika kepemimpinan islami di konveksi Extrawash?
2. Pertanyaan wawancara terhadap karyawan.
 - a) Bagaimana bentuk penerapan sikap jujur yang dilakukan oleh pemilik?
 - b) Bagaimana cara pemilik menerapkan sikap integritas?
 - c) Bagaimana pemilik mengajarkan untuk menyampaikan kekurangan dan kelebihan konveksi Extrawash?
 - d) Apakah karyawan tepat waktu dalam setiap operasional perusahaan?
 - e) Apakah pemilik bertanggung jawab atas karyawan?
 - f) Bagaimana cara berkomunikasi yang baik dengan karyawan berdasarkan

yang diajarkan oleh pemilik?

- g) Apakah pemilik bersikap bijak pada karyawan?
- h) Dampak apa saja yang dirasakan oleh karyawan dengan adanya penerapan etika kepemimpinan islami dari pemilik?

3. Pertanyaan wawancara terhadap konsumen.

- a) Apa yang membuat anda tertarik untuk memesan baju pada jasa konveksi Extrawash?
- b) Bagaimana tanggapan anda tentang persaingan bisnis pemilik konveksi extrawash?
- c) Menurut pendapat anda apakah pemilik konveksi Extrawash memiliki kesesuaian antara perkataan dan perbuatan?
- d) Bagaimana beliau menjelaskan sesuai fakta kekurangan dan kelebihan konveksi Extrawash?
- e) Apakah menurut anda karyawan dan pemilik berkomunikasi dengan baik?
- f) Apakah kejujuran merupakan strategi beliau dalam menjalankan usaha?
- g) Menurut anda apakah pemilik maupun karyawan bersikap bijak dalam menghadapi konsumen?
- h) Apakah pemilik maupun karyawan memiliki inovasi yang baru dan baik?
- i) Menurut anda strategi seperti apa yang dilakukan pemilik untuk menarik konsumen?
- j) Menurut anda apakah karyawan bersikap jujur dalam melayani konsumen?
- k) Apakah karyawan bertanggung jawab dalam setiap pemesanan dan proses pembelian pakaian di konveksi Extrawash?
- l) Bagaimana pelayanan dan komunikasi karyawan di konveksi Extrawash?

C. Hasil Cek Plagiasi.

RIA FARISKA

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	4%
2	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	2%
3	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	2%
4	e-journal.staima-ainikarn.ac.id Internet Source	1%
5	repository.unibos.ac.id Internet Source	1%
6	repository.upiyptk.ac.id Internet Source	1%
7	pasla.jambiprov.go.id Internet Source	<1%
8	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	<1%
9	Santoso, Adi. "Peran Budaya Organisasi Dalam Mewujudkan Peningkatan Kinerja Bisnis Melalui Pendekatan Berbasis Ta'awun	<1%



RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Ria Fariska
2. Tempat & Tgl. Lahir : Ponorogo, 17 Agustus 2001
3. Alamat Rumah : Dukuh Tlasih Desa Lembah
Kecamatan Jenangan Kabupaten
Ponorogo
4. HP : 089696904838
5. E-mail : riafariska17@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK/ RA Muslimat NU : 2005-2008
2. SDN 3 Lembah : 2008-2014
3. SMPN 1 Babadan : 2014-2017
4. SMAN 1 Babadan : 2017-2020

Ponorogo, 14 Mei
2024

Ria Fariska