



Research Article

Sudut Pandang Dan Dampak Etika Bisnis Islam Dalam Kesenangan Konsumen Di Bakery Anita Kota Bangkalan

Muhammad Zaini¹, Abdur Rohman²

1. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura;
220721100204@student.trunojoyo.ac.id
2. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura;
Abdur.rohman@trunojoyo.ac.id

Copyright © 2025 by Authors, Published by **Regulate: Jurnal Ilmu Pendidikan, Hukum dan Bisnis**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : October 09, 2024
Accepted : November 23, 2024

Revised : November 04, 2024
Available online : February 14, 2025

How to Cite: Muhammad Zaini, & Abdur Rohman. (2025). Perspective and Impact of Islamic Business Ethics on Consumer Satisfaction at Anita Bakery, Bangkalan City. *Regulate: Jurnal Ilmu Pendidikan, Hukum Dan Bisnis*, 2(1), 38–52. <https://doi.org/10.61166/regulate.v2i1.7>

Perspective and Impact of Islamic Business Ethics on Consumer Satisfaction at Anita Bakery, Bangkalan City

Abstract. This study aims to analyze the effect of Islamic business ethics on consumer loyalty at Anita Bangkalan bakery through the variables of consumer commitment trust and relationship benefits. The population in this study were consumers of Anita Bangkalan bakery. Sampling using Incidental Sampling technique with selected criteria. The results showed that in Islamic business ethics on consumer pleasure at Anita Bangkalan bakery is (1) consumer pleasure has no effect on consumer loyalty. This can happen because the commitment in the questionnaire is about service to consumers, which can lead to different perceptions for each consumer. (2) Relational benefits have a significant effect on consumer pleasure because customers receive service benefits such as a sense of security and

calm. (3) Simultaneously, consumer willingness, trust and taste have a significant effect on visible consumer pleasure.

Keywords: Islamic Business Ethics, Consumer Pleasure.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh etika bisnis Islam terhadap loyalitas konsumen pada bakery Anita Bangkalan melalui variabel kepercayaan komitmen konsumen dan manfaat hubungannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen bakery Anita Bangkalan. Pengambilan sampel menggunakan teknik Sampling Insidental dengan kriteria yang terpilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam etika bisnis Islam terhadap kesenangan konsumen pada bakery Anita Bangkalan adalah (1) kesenangan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat terjadi karena komitmen yang ada di dalam kuesioner adalah mengenai pelayanan kepada konsumen, yang dapat menimbulkan persepsi yang berbeda bagi setiap konsumen. (2) Manfaat Relasional berpengaruh signifikan terhadap kesenangan konsumen karena nasabah menerima manfaat pelayanan seperti rasa aman dan tenang. (3) Secara simultan kemauan konsumen, Kepercayaan serta cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kesenangan konsumen yang terlihat.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Kesenangan Konsumen.

PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang turun melalui wahyu Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW. Allah SWT memilih Nabi Muhammad SAW sebagai Rasul-Nya dan memberikan mukjizat unik, Al-Quran. Al-Quran merupakan pedoman bagi seluruh umat manusia, mengatur berbagai aspek kehidupan mulai dari akidah, akhlak, hingga muamalah. Tujuannya adalah menciptakan kedamaian, yang merupakan inti ajaran Islam. Al-Quran terdiri dari 114 surah yang berisi perintah dan larangan yang mengatur kehidupan manusia. Allah SWT, sebagai ar-razzaq, memberikan rezeki kepada manusia melalui berbagai cara, namun manusia juga diwajibkan berusaha mencarinya. Usaha mencari rezeki bisa dilakukan melalui berbagai aktivitas, termasuk muamalah atau bisnis, yang harus dilakukan dengan etika bisnis yang baik, seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kebenaran. Allah menegaskan bahwa tidak semua cara boleh dilakukan dalam bisnis untuk mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam, meskipun memiliki tujuan yang sama dengan bisnis konvensional, harus tunduk pada ajaran Al-Quran, As-Sunnah, Al-Ijma, dan Qiyas (Ijtihad), serta memperhatikan etika bisnis Islam. Bisnis Islam adalah upaya pengembangan modal untuk kebutuhan hidup yang dilakukan dengan mematuhi etika bisnis Islam. Islam mendorong umat manusia untuk mengembangkan bisnis dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran agama.

Prinsip dan konsep etika bisnis Islam menjadi bagian integral dari sistem nilai yang terkandung dalam Al-Quran dan Sunnah, yang harus dijunjung tinggi oleh para pelaku bisnis Islam. Kesenangan pelanggan dapat didefinisikan sebagai sebuah sikap atau perilaku pembelian yang menunjukkan kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek atau perusahaan. Pelanggan setia biasanya melakukan pembelian berulang, merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, dan menunjukkan ketahanan terhadap godaan dari pesaing. Dalam konteks bisnis, kesenangan pelanggan menjadi salah satu indikator utama keberhasilan perusahaan, terutama

dalam industri perbankan. Keberhasilan perusahaan di masa depan dapat dipengaruhi oleh kesenangan pelanggan, yang dapat dilihat dari komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian berulang terhadap produk atau jasa tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesenangan pelanggan antara lain adalah komitmen pelanggan, kepercayaan, dan manfaat hubungan .

Kepercayaan dapat dibangun melalui pemenuhan janji perusahaan kepada pelanggan, jaminan keamanan transaksi, pelayanan yang berkualitas, peduli terhadap pelanggan, dan memberikan rasa nyaman dan aman. Kepercayaan adalah kunci untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Komitmen pelanggan adalah kesediaan untuk melakukan pembelian berulang terhadap produk atau jasa tertentu di masa yang akan datang. Komitmen ini merupakan komponen penting dalam pemasaran relasional dan menjadi indikator seberapa setia pelanggan terhadap suatu merek atau perusahaan. Keinginan pelanggan untuk menjaga hubungan jangka panjang dan berharga dengan perusahaan juga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Tanpa komitmen yang tinggi, perusahaan akan kesulitan mencapai loyalitas pelanggan yang tinggi .

Commitment pelanggan juga memediasi pengaruh kepercayaan terhadap kesenangan pelanggan. kesenangan pelanggan terbentuk melalui proses yang dimulai dari kesadaran akan keberadaan produk, penggunaan produk, dan evaluasi terhadap produk tersebut. Jika produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memberikan kepuasan, pelanggan akan memiliki sikap positif terhadap produk tersebut . Hal ini akan menciptakan komitmen dari pelanggan untuk tetap setia terhadap produk tersebut sehingga pelanggan tidak memerlukan banyak perhatian lagi di masa mendatang. Di karenakan hal tersebut penulis mengangkat penelitian ini yang berjudul “Sudut Pandang dan Dampak Etika Bisnis Islam dalam Kesenangan Konsumen Di Bakery Anita Kota Bangkalan.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah moralitas yang memandu praktik bisnis sesuai dengan ajaran Islam, sehingga pelaksanaannya dianggap baik dan benar. Nilai-nilai seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan, dan kasih sayang merupakan landasan bagi integritas pribadi yang utuh. Penerapan nilai-nilai ini di dalam bisnis dapat mengembangkan potensi manusia secara menyeluruh. Meskipun orang memiliki berbagai pengetahuan tentang nilai, namun dalam Islam, Al-Quran dan hadis merupakan dua sumber utama yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku, termasuk dalam konteks bisnis.

Aspek Wirausaha

Astuty (2015) menjelaskan bahwa untuk memperkuat aktivitas usaha dan menilai keberhasilan suatu usaha, penting untuk memahami beberapa aspek, antara lain :

A. Aspek Umum: Aspek ini mencakup masalah-masalah terkait dengan bentuk, nama, dan lokasi perusahaan, struktur manajemen, bidang usaha, jumlah karyawan atau buruh, kebangsaan, bank yang digunakan, dan struktur organisasi.

B. Aspek Ekonomi atau Komersial : Aspek ini mencakup masalah pemasaran dan harga, persaingan di pasar, jumlah penjualan dari berbagai produk, metode penjualan, estimasi permintaan, dan sebagainya.

C. Aspek Teknik: Aspek ini mencakup bahan baku dan bahan bantu yang diperlukan, lahan dan lokasi pabrik, bangunan (milik, sewa, umum, harga), proses produksi, detail mesin dan peralatan, jumlah produksi, ketersediaan tenaga kerja (keterampilan, pendidikan, upah), serta hal lain seperti sumber energi (diesel atau PLN), ketersediaan air (sumur atau PAM), dan sebagainya.

D. Aspek Hukum; Aspek ini mencakup kepatuhan terhadap peraturan hukum yang berlaku, termasuk izin-izin yang diperlukan.

E. Aspek Manfaat dan Kesempatan Kerja: Aspek ini mencakup manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat, pengaruhnya terhadap struktur ekonomi lokal, jumlah tenaga kerja yang dapat diserap oleh proyek tersebut, dan sektor yang menjadi prioritas pemerintah.

Faktor Pendukung Wirausaha

Menurut Suryana, faktor-faktor pendukung dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha mencakup :

A. Kemampuan dan Kemauan: Kombinasi antara memiliki kemauan dan kemampuan adalah kunci kesuksesan sebagai wirausahawan. Seseorang yang hanya memiliki salah satu dari kedua faktor ini tidak akan berhasil sebagai wirausahawan.

B. Tekad yang Kuat dan Kerja Keras: Tekad yang kuat dan kerja keras sangat diperlukan. Tanpa tekad yang kuat, seseorang yang hanya bekerja keras juga tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses.

C. Lokasi: Pemilihan lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti dekat dengan sumber daya material, pasar sasaran, ketersediaan tenaga kerja, fasilitas transportasi, bahan bakar, air, dan penerimaan masyarakat sekitar.

D. Kualitas Produk: Kualitas produk sangat penting, terutama dalam bidang manufaktur atau produksi. Hal ini termasuk memperhatikan kualitas, kontinuitas, dan harga bahan baku, serta teknologi produksi yang digunakan.

E. Hubungan dengan Pemasok dan Distributor: Hubungan yang baik dengan pemasok dan distributor sangat penting. Pemasok bahan mentah dan distributor memiliki peran yang krusial dalam kelancaran produksi dan pemasaran produk.

F. Keuangan: Arus kas yang lancar sangat penting untuk kelangsungan usaha. Bisnis tanpa keuangan yang lancar akan kesulitan untuk berhasil.

G. Peraturan Pemerintah: Peraturan pemerintah, termasuk peraturan pajak, legalitas, perizinan, situasi ekonomi dan politik, serta perkembangan budaya lokal, sangat berpengaruh terhadap usaha. Mendapatkan pemahaman yang baik tentang hal ini adalah kunci untuk mengelola usaha dengan baik.

Faktor Penghambat Wirausaha

Menurut Basrowi, faktor-faktor yang dapat menghambat dalam berwirausaha meliputi :

A. Keterbatasan Pengetahuan Dasar: Pengetahuan dasar tentang cara mendirikan dan mengelola usaha sangat penting. Merancang rencana bisnis merupakan langkah yang

wajib dilakukan. Bekal tekad, nekat, dan pengetahuan terbatas tidaklah cukup tanpa perencanaan bisnis yang matang.

B. Keterbatasan Waktu: Usaha industri seringkali dianggap sebagai pekerjaan sampingan, yang hanya bertujuan sebagai penambah penghasilan keluarga. Hal ini membuat usaha dianggap tidak serius. Padahal, pengelolaan waktu sangat penting untuk menentukan keuntungan. Semakin cepat pekerjaan selesai, semakin besar laba yang bisa didapatkan. Oleh karena itu, membuka usaha haruslah dianggap sebagai pekerjaan utama.

C. Keterbatasan Modal Usaha: Modal usaha melibatkan modal mental, seperti semangat juang, keuletan, ketekunan, kegigihan, dan sikap mental yang kuat. Modal material, seperti uang, barang, atau surat berharga, juga sangat penting sebagai modal awal. Modal pengetahuan, pengalaman, keterampilan, dan bakat juga menjadi faktor yang tidak bisa diabaikan. Modal keterampilan dan bakat sering kali dianggap sebagai modal paling sederhana dan efektif karena bersifat alami.

Konsep Kesenangan Konsumen

Adapun konsep dari adanya kesenangan konsumen yaitu :

A. Konsep Tauhid

Konsep tauhid mencakup integrasi semua aspek kehidupan, baik politik, ekonomi, sosial, maupun agama, sehingga hidup dan mati menjadi satu kesatuan yang konsisten untuk mencapai tujuan akhirat. Dalam konteks ekonomi, semua aktivitas seperti produksi, distribusi, dan konsumsi dihubungkan dengan kehendak Ilahi, berasal dari Allah, dan bertujuan untuk mendapatkan keridhaan-Nya. Bakery Anita menguatkan konsep tauhid ini dengan menjadikannya standar komitmen bagi anggotanya, yang meliputi kewajiban untuk shalat tepat waktu dan membaca Al-Quran setiap hari minimal satu halaman.

B. Konsep Akhlak

Akhlak mencerminkan perilaku seseorang, di mana etika dapat mengarahkan seseorang untuk berperilaku taat dan berbuat baik dalam segala aktivitasnya. Seorang pelaku bisnis yang mengutamakan etika cenderung bersikap jujur, amanah, adil, dan selalu memperhatikan kepentingan orang lain (moral altruistik). Pada bakery Anita, karyawan dari setiap outlet melayani pelanggan dengan ramah dan senyum. Hal ini sesuai dengan standar pelayanan toko, yang mencakup sapaan, pengetahuan nama pelanggan, ucapan terima kasih, dan doa untuk pelanggan. Selain sikap ramah, konsep akhlak yang ditekankan di Bakery Anita adalah kedisiplinan, yang ditanamkan melalui kewajiban untuk shalat tepat waktu dan mengaji Al-Quran setiap hari. Kegiatan ini dilakukan dengan penuh tanggung jawab, seperti yang tercermin dalam laporan harian yang diserahkan secara pribadi oleh masing-masing karyawan melalui grup WhatsApp. Hal ini menunjukkan pentingnya kedisiplinan dalam mengikuti peraturan dan perintah tanpa perlu pengawasan langsung.

C. Konsep Kejujuran

Kejujuran adalah nilai yang sangat penting bagi setiap pelaku bisnis, karena merupakan modal utama untuk memperoleh kepercayaan dari mitra bisnis dan pelanggan. Konsep dagang yang dianut Rasulullah ini dikenal sebagai value driven, yang berarti menjaga, mempertahankan, dan menarik nilai-nilai dari pelanggan .

Bakery Anita mengimplementasikan konsep ini dengan mewajibkan seluruh anggota untuk membaca Al-Quran. Masing-masing anggota melakukan kewajiban ini di tempatnya masing-masing dan memberikan laporan melalui grup aplikasi WhatsApp. Meskipun tidak ada pengawasan langsung terhadap kegiatan ini, Bakery Anita memberikan kepercayaan besar dan menuntut anggotanya untuk bersikap jujur.

D. Konsep Adil

Keadilan adalah prinsip yang sangat penting dalam dunia bisnis, di mana semua aktivitas bisnis harus dilakukan dengan adil terhadap semua pihak yang terlibat. Bakery Anita menerapkan prinsip keadilan ini dengan memastikan kualitas produk roti yang ditawarkan kepada pelanggan tetap terjaga. Perusahaan ini juga sangat selektif dalam memilih dan mengolah produk yang akan dijualnya. Dengan mematuhi standar MUI, Bakery Anita tidak hanya memperhatikan kepentingan perusahaan dalam mencapai target penjualan, tetapi juga memperhatikan kepentingan sosial dalam produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

E. Konsep Halal dan Haram

Konsep halal dan haram adalah prinsip yang akan memberikan ketenangan bagi hati dan akal setiap individu. Al-Quran telah menetapkan konsep dasar halal dan haram dalam transaksi dan aktivitas lainnya. Bakery Anita telah memperoleh izin dari Majelis Ulama Indonesia dan menerapkan standar halal dalam memperoleh dan mengolah bahan baku. Proses pengolahan produk dilakukan dengan uji coba untuk memastikan kualitas roti yang dihasilkan sesuai dengan standar. Bakery Anita berbisnis dan bertransaksi berdasarkan prinsip syariah, namun tetap terbuka terhadap inovasi dengan tetap mematuhi batasan yang telah ditetapkan dan mendapatkan izin dari Majelis Ulama Indonesia. Untuk menerapkan etika bisnis Islam, Bakery Anita mengatur perilaku dan moral seluruh anggotanya untuk menghindari tindakan yang merugikan masyarakat atau perusahaan. Anggota Bakery Anita diwajibkan melaksanakan shalat tepat waktu dan menutup outlet menjelang adzan. Selain itu, mereka juga diwajibkan membaca Al-Quran setiap hari minimal satu halaman dengan melaporkan surah dan ayat yang telah dibaca melalui grup aplikasi WhatsApp. Standar pelayanan Bakery Anita mencakup salam, senyum, sapaan, pengetahuan nama pelanggan, pemanggilan nama pelanggan, ucapan terima kasih, dan doa untuk pelanggan. Dengan menerapkan ketiga instruksi ini, Bakery Anita menjalankan tanggung jawabnya sebagai perusahaan dan sebagai perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai agama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh etika bisnis Islam terhadap loyalitas konsumen pada bakery Anita Bangkalan melalui variabel kepercayaan komitmen konsumen dan manfaat hubungannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen bakery Anita Bangkalan. Pengambilan sampel menggunakan teknik Sampling Insidental dengan kriteria yang terpilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam etika bisnis Islam terhadap kesenangan konsumen pada bakery Anita Bangkalan adalah (1) kesenangan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat terjadi karena komitmen

yang ada di dalam kuesioner adalah mengenai pelayanan kepada konsumen, yang dapat menimbulkan persepsi yang berbeda bagi setiap konsumen. (2) Manfaat Relasional berpengaruh signifikan terhadap kesenangan konsumen karena nasabah menerima manfaat pelayanan seperti rasa aman dan tenang. (3) Secara simultan kemauan konsumen, Kepercayaan serta cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kesenangan konsumen yang terlihat.

PEMBAHASAN

Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kesenangan Konsumen

Etika bisnis merupakan landasan penting dalam menjalankan suatu usaha, terutama dalam industri jasa keuangan seperti bakery. Penerapan etika bisnis yang baik dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kesenangan konsumen, sebagaimana yang terlihat di Bakery Anita di Kota Bangkalan. Etika bisnis melibatkan berbagai prinsip seperti transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial yang bertujuan untuk membangun hubungan yang sehat antara bisnis dan konsumennya. Kepercayaan konsumen terhadap sebuah bisnis sangat dipengaruhi oleh praktik etis yang diterapkan. Bakery Anita, dengan kebijakan transparansinya mengenai bahan baku dan proses produksi, telah berhasil membangun kepercayaan yang kuat di kalangan konsumennya. Konsumen merasa lebih nyaman dan yakin bahwa produk yang mereka beli aman dan berkualitas tinggi. Misalnya, dengan secara terbuka menyampaikan informasi tentang sumber bahan baku yang digunakan, Bakery Anita menunjukkan komitmennya terhadap kejujuran dan kualitas. Kepercayaan ini menjadi fondasi kesenangan konsumen karena mereka merasa aman dan puas dengan pilihan mereka.

Kepuasan konsumen adalah salah satu indikator utama kesenangan yang dirasakan oleh konsumen. Bakery Anita memastikan bahwa setiap produk yang dijual tidak hanya memenuhi standar kualitas yang tinggi tetapi juga diproduksi dengan memperhatikan aspek etis. Misalnya, mereka mungkin memilih bahan-bahan organik atau menerapkan metode produksi yang ramah lingkungan. Selain itu, pelayanan yang diberikan kepada konsumen juga sangat penting. Pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif terhadap kebutuhan konsumen meningkatkan tingkat kepuasan. Konsumen yang merasa dihargai dan diutamakan cenderung lebih puas dan senang dengan pengalaman mereka di Bakery Anita. Konsumen yang puas dan percaya terhadap praktik etis sebuah bisnis cenderung menjadi pelanggan setia. Di Bakery Anita, konsumen yang merasakan pengalaman positif tidak hanya akan kembali untuk pembelian berikutnya tetapi juga akan merekomendasikan bakery ini kepada teman dan keluarga. Loyalitas ini adalah hasil jangka panjang dari kesenangan konsumen yang terbentuk dari pengalaman positif dan konsisten yang mereka alami. Loyalitas konsumen juga berarti bisnis dapat mempertahankan pelanggan tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk menarik pelanggan baru secara terus-menerus.

Reputasi sebuah bisnis sangat dipengaruhi oleh bagaimana ia dipersepsikan oleh konsumen. Bakery Anita, dengan komitmen kuat terhadap etika bisnis, membangun reputasi positif yang tidak hanya menarik konsumen yang sudah ada tetapi juga calon konsumen yang mencari bisnis yang bertanggung jawab secara sosial.

dan etis. Reputasi yang baik membantu dalam menarik lebih banyak pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan basis konsumen dan menambah kesenangan keseluruhan konsumen. Sebagai contoh, ketika konsumen mengetahui bahwa Bakery Anita mendukung praktik perdagangan yang adil atau menggunakan bahan baku yang berkelanjutan, mereka lebih cenderung merasa senang dan puas dengan pembelian mereka.

Etika bisnis juga mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Ketika Bakery Anita menerapkan standar etis dalam setiap aspek produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses pembuatan, konsumen akan merasa bahwa produk yang mereka beli tidak hanya enak tetapi juga dibuat dengan cara yang benar. Misalnya, penggunaan bahan-bahan alami dan tidak mengandung bahan kimia berbahaya meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk. Ini juga berkontribusi pada kesenangan konsumen karena mereka yakin bahwa mereka mengonsumsi produk yang baik bagi kesehatan mereka. Bagaimana sebuah bisnis menangani keluhan dan masukan dari konsumen merupakan cerminan dari etika bisnis yang diterapkan. Bakery Anita yang responsif dan proaktif dalam menangani keluhan konsumen menunjukkan bahwa mereka menghargai dan peduli terhadap pelanggannya. Misalnya, ketika ada keluhan tentang kualitas produk, Bakery Anita segera memberikan solusi yang memuaskan, seperti penggantian produk atau pengembalian uang. Konsumen yang merasa keluhan mereka ditangani dengan serius dan adil cenderung merasa lebih dihargai dan puas, yang meningkatkan kesenangan mereka.

Konsumen saat ini semakin peduli terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial. Bakery Anita yang aktif dalam kegiatan sosial dan menerapkan praktik ramah lingkungan dapat meningkatkan kesenangan konsumen. Misalnya, dengan mengurangi penggunaan plastik, mendaur ulang limbah, atau mendukung komunitas lokal, Bakery Anita menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Konsumen merasa bangga dan senang berbelanja di tempat yang juga berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Promosi dan iklan yang jujur dan tidak menyesatkan merupakan bagian penting dari etika bisnis. Bakery Anita yang menyampaikan informasi produk secara akurat dan tidak berlebihan akan mendapatkan kepercayaan dan kesenangan konsumen. Konsumen yang merasa bahwa informasi yang diberikan sesuai dengan kenyataan akan lebih puas dan cenderung untuk terus mendukung bisnis tersebut. Misalnya, jika Bakery Anita mengklaim bahwa produknya bebas dari bahan pengawet, konsumen harus menemukan klaim tersebut benar dalam pengalaman mereka.

Secara keseluruhan, etika bisnis yang diterapkan oleh Bakery Anita di Kota Bangkalan memiliki dampak signifikan terhadap kesenangan konsumen. Dengan membangun kepercayaan, meningkatkan kepuasan, menciptakan loyalitas, dan memperkuat reputasi, praktik etis ini tidak hanya menguntungkan konsumen tetapi juga mendukung keberlanjutan bisnis. Etika bisnis yang kuat memastikan bahwa setiap interaksi dengan konsumen memberikan pengalaman yang positif dan menyenangkan. Ini adalah strategi jangka panjang yang tidak hanya meningkatkan

kepuasan konsumen tetapi juga memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis dalam jangka Panjang.

Pengalaman Konsumen Di Bakery Anita

Pengalaman konsumen di Bakery Anita di Kota Bangkalan merupakan salah satu faktor kunci yang membedakan bakery ini dari kompetitornya. Pengalaman ini tidak hanya ditentukan oleh produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh berbagai aspek lain yang menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Dalam industri makanan, kualitas produk adalah elemen fundamental yang pertama kali dirasakan oleh konsumen. Bakery Anita memastikan bahwa setiap produk yang dijual, mulai dari roti, kue, hingga pastry, dihasilkan dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi. Bahan-bahan ini dipilih dengan cermat, mengutamakan kesegaran dan kealamian, sehingga setiap gigitan yang dirasakan oleh konsumen tidak hanya lezat tetapi juga menyehatkan. Proses produksi yang higienis dan standar kualitas yang ketat menambah kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Konsistensi dalam kualitas produk juga memainkan peran penting; konsumen selalu mendapatkan rasa dan tekstur yang sama setiap kali mereka berkunjung, yang menciptakan rasa puas dan loyalitas yang tinggi.

Layanan pelanggan yang diberikan oleh Bakery Anita juga merupakan salah satu pilar utama dalam membentuk pengalaman konsumen yang positif. Pelayanan yang ramah, cepat, dan efisien memberikan kesan yang baik dan membuat konsumen merasa dihargai. Staf yang terlatih dengan baik, siap membantu, dan bersikap sopan menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi pelanggan. Konsumen menghargai perhatian yang diberikan oleh staf, baik dalam hal membantu memilih produk yang sesuai dengan selera mereka maupun dalam menangani keluhan atau permintaan khusus. Kecepatan layanan juga menjadi faktor penting, terutama bagi konsumen yang terburu-buru. Bakery Anita memastikan bahwa proses pembelian berjalan cepat dan lancar tanpa mengorbankan kualitas layanan, sehingga konsumen dapat menikmati pengalaman berbelanja yang nyaman dan efisien.

Selain itu, suasana toko yang nyaman dan menarik merupakan aspek lain yang memperkaya pengalaman konsumen di Bakery Anita. Desain interior yang menawan, tata letak yang terorganisir dengan baik, dan kebersihan toko memberikan kesan yang positif kepada pelanggan. Musik latar yang lembut dan pencahayaan yang hangat menciptakan suasana yang menyenangkan dan relaks, membuat konsumen merasa betah dan menikmati waktu mereka di bakery. Tempat duduk yang nyaman dan dekorasi yang estetik juga menambah pengalaman berbelanja yang menyenangkan, terutama bagi konsumen yang ingin menikmati makanan mereka di tempat. Dengan demikian, suasana toko yang mendukung tidak hanya meningkatkan kenyamanan tetapi juga kepuasan keseluruhan konsumen.

Harga yang ditawarkan oleh Bakery Anita juga memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman konsumen. Meskipun menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi, Bakery Anita berusaha untuk menjaga harga tetap terjangkau bagi semua kalangan. Konsumen merasa mendapatkan nilai yang baik untuk uang yang mereka keluarkan, yang meningkatkan kepuasan mereka. Promosi dan diskon khusus yang diadakan secara berkala juga memberikan nilai tambah dan membuat

konsumen merasa dihargai. Dengan strategi harga yang kompetitif, Bakery Anita dapat menarik berbagai segmen konsumen dan mempertahankan loyalitas mereka dalam jangka panjang.

Inovasi produk yang terus dilakukan oleh Bakery Anita memastikan bahwa konsumen selalu memiliki pilihan yang beragam dan menarik. Bakery Anita secara rutin memperkenalkan produk baru yang mengikuti tren dan selera konsumen, seperti roti dengan isian unik, kue dengan cita rasa eksotis, atau pastry dengan tampilan yang menarik. Inovasi ini tidak hanya menjaga minat konsumen tetapi juga menunjukkan bahwa Bakery Anita selalu berusaha untuk memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Konsumen yang merasakan variasi produk yang ditawarkan cenderung merasa lebih puas dan terus kembali untuk mencoba produk-produk baru.

Selain faktor-faktor tersebut, komitmen Bakery Anita terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan juga memberikan dampak positif terhadap pengalaman konsumen. Konsumen masa kini semakin peduli terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial. Bakery Anita yang aktif dalam kegiatan sosial dan menerapkan praktik ramah lingkungan, seperti mengurangi penggunaan plastik, mendaur ulang limbah, atau mendukung komunitas lokal, menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Konsumen merasa bangga dan senang berbelanja di tempat yang juga berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Ini meningkatkan kesenangan konsumen dan memperkuat loyalitas mereka terhadap bakery tersebut.

Cara Bakery Anita menangani keluhan dan masukan dari konsumen juga merupakan cerminan dari etika bisnis yang diterapkan. Respon yang cepat, solusi yang memuaskan, dan sikap yang profesional dalam menangani keluhan meningkatkan kesenangan konsumen karena mereka merasa dihargai dan diperhatikan. Etika bisnis yang baik memastikan bahwa setiap keluhan ditangani dengan serius dan diselesaikan dengan adil. Konsumen yang merasa keluhan mereka ditangani dengan baik cenderung lebih puas dan lebih mungkin untuk memberikan ulasan positif serta merekomendasikan bakery kepada orang lain. Testimoni dan ulasan konsumen memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik tentang Bakery Anita. Konsumen yang puas sering kali meninggalkan ulasan positif dan merekomendasikan bakery ini kepada teman dan keluarga. Ulasan ini tidak hanya memberikan umpan balik yang berharga bagi Bakery Anita tetapi juga membantu menarik lebih banyak pelanggan baru. Pengalaman positif konsumen yang dibagikan melalui media sosial atau platform ulasan online menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif. Ulasan positif menciptakan reputasi yang baik dan meningkatkan kepercayaan calon konsumen yang sedang mempertimbangkan untuk mencoba produk dari Bakery Anita.

Secara keseluruhan, pengalaman konsumen di Bakery Anita di Kota Bangkalan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait. Kualitas produk, layanan pelanggan yang ramah, suasana toko yang nyaman, harga yang terjangkau, inovasi produk, keterlibatan sosial, dan respons terhadap keluhan konsumen semuanya berkontribusi pada kesenangan konsumen. Bakery Anita telah berhasil menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan memuaskan bagi

pelanggannya, yang tidak hanya meningkatkan loyalitas tetapi juga menarik lebih banyak pelanggan baru. Praktik etika bisnis yang diterapkan oleh Bakery Anita memastikan bahwa setiap interaksi dengan konsumen memberikan pengalaman yang positif dan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Dengan pendekatan holistik yang mengutamakan kepuasan dan kesenangan konsumen, Bakery Anita mampu menciptakan nilai tambah yang signifikan dan mempertahankan posisi kuat di pasar yang kompetitif.

Implementasi Etika Bisnis Dalam Operasional Harian

Implementasi etika bisnis dalam operasional harian di Bakery Anita di Kota Bangkalan adalah salah satu faktor utama yang mendukung reputasi dan keberlanjutan usaha ini. Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip moral yang memandu perilaku dan keputusan dalam bisnis, dan di Bakery Anita, prinsip-prinsip ini diterapkan secara menyeluruh dalam setiap aspek operasional. Pengadaan bahan baku adalah salah satu area di mana etika bisnis sangat terlihat. Bakery Anita berkomitmen untuk menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi yang diperoleh dari pemasok terpercaya. Mereka memastikan bahwa bahan baku yang digunakan tidak hanya segar dan sehat, tetapi juga diperoleh melalui cara yang etis. Misalnya, mereka mungkin memilih pemasok yang mempraktikkan perdagangan yang adil (fair trade), yang memastikan bahwa petani dan pekerja mendapatkan kompensasi yang adil dan bekerja dalam kondisi yang baik. Ini tidak hanya menjamin kualitas produk akhir tetapi juga menunjukkan tanggung jawab sosial Bakery Anita dalam mendukung keberlanjutan dan kesejahteraan para pemasok.

Proses produksi di Bakery Anita juga dijalankan dengan standar higienis yang ketat untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan aman untuk dikonsumsi. Mereka memastikan bahwa seluruh proses produksi mematuhi peraturan kesehatan dan keselamatan kerja, yang menunjukkan kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan mereka. Selain itu, Bakery Anita menerapkan praktik ramah lingkungan dalam proses produksinya, seperti mengurangi limbah, menggunakan energi secara efisien, dan mendaur ulang bahan yang dapat didaur ulang. Misalnya, mereka mungkin menggunakan mesin-mesin yang hemat energi dan meminimalkan penggunaan plastik dalam kemasan produk mereka. Praktik ini tidak hanya mengurangi dampak lingkungan tetapi juga menarik konsumen yang peduli terhadap isu-isu keberlanjutan.

Transparansi dan kejujuran adalah prinsip utama dalam etika bisnis yang diterapkan oleh Bakery Anita. Mereka berusaha untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk mereka kepada konsumen. Ini termasuk informasi tentang bahan-bahan yang digunakan, nilai gizi, tanggal kedaluwarsa, dan cara penyimpanan yang tepat. Dengan memberikan informasi yang transparan, Bakery Anita membantu konsumen membuat keputusan yang tepat dan merasa yakin dengan produk yang mereka beli. Kejujuran ini membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap Bakery Anita. Misalnya, jika ada produk yang mengandung alergen tertentu, Bakery Anita memastikan bahwa informasi ini disampaikan dengan jelas kepada konsumen, sehingga mereka dapat membuat pilihan yang sesuai dengan kebutuhan kesehatan mereka.

Pelayanan pelanggan yang baik adalah cerminan dari etika bisnis yang kuat di Bakery Anita. Staf dilatih untuk bersikap sopan, membantu, dan mampu menangani keluhan serta masukan dengan profesional. Bakery Anita berkomitmen untuk memberikan layanan pelanggan yang ramah, cepat, dan efisien. Misalnya, jika ada keluhan tentang kualitas produk, staf di Bakery Anita segera menanggapi dan memberikan solusi yang memuaskan. Ini menunjukkan bahwa mereka menghargai dan peduli terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan pengalaman keseluruhan konsumen. Selain itu, pelayanan yang cepat dan efisien juga sangat penting, terutama bagi konsumen yang terburu-buru.

Bakery Anita memastikan bahwa proses pembelian berjalan cepat dan lancar tanpa mengorbankan kualitas layanan, sehingga konsumen dapat menikmati pengalaman berbelanja yang nyaman dan efisien. Komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan juga merupakan bagian integral dari etika bisnis di Bakery Anita. Mereka berusaha untuk meminimalkan dampak lingkungan dari operasional mereka dengan menerapkan praktik ramah lingkungan. Misalnya, Bakery Anita mungkin mengurangi penggunaan plastik dengan menggunakan kemasan yang dapat didaur ulang atau ramah lingkungan. Mereka juga mendaur ulang limbah produksi dan mengadopsi praktik hemat energi dalam operasional harian mereka. Misalnya, menggunakan lampu LED hemat energi di toko dan mematikan peralatan listrik yang tidak digunakan. Komitmen ini tidak hanya menunjukkan tanggung jawab lingkungan tetapi juga menarik konsumen yang peduli terhadap isu-isu keberlanjutan. Selain itu, Bakery Anita mungkin juga terlibat dalam kegiatan lingkungan seperti penanaman pohon atau pembersihan pantai, yang menunjukkan komitmen mereka untuk berkontribusi positif terhadap lingkungan.

Tanggung jawab sosial adalah aspek lain yang penting dalam implementasi etika bisnis di Bakery Anita. Mereka aktif dalam mendukung komunitas lokal melalui berbagai inisiatif sosial. Ini bisa termasuk sumbangan ke organisasi amal, partisipasi dalam kegiatan komunitas, atau memberikan dukungan kepada usaha kecil lokal. Misalnya, Bakery Anita mungkin menyumbangkan sebagian dari penjualan mereka untuk program beasiswa bagi anak-anak di komunitas setempat atau mendukung kegiatan olahraga lokal. Bakery Anita juga mungkin mempekerjakan pekerja dari komunitas setempat, yang membantu mengembangkan ekonomi lokal dan memberikan peluang kerja bagi penduduk sekitar. Tanggung jawab sosial ini menunjukkan bahwa Bakery Anita tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga pada kesejahteraan komunitas di sekitar mereka.

Pengembangan karyawan juga menjadi fokus utama dalam implementasi etika bisnis di Bakery Anita. Mereka memastikan bahwa karyawan diperlakukan dengan adil dan diberi kesempatan untuk berkembang. Ini termasuk memberikan upah yang layak, lingkungan kerja yang aman, dan kesempatan untuk pelatihan dan pengembangan keterampilan. Misalnya, Bakery Anita mungkin menyediakan program pelatihan keterampilan bagi karyawan baru atau program pengembangan karir bagi karyawan yang ingin maju dalam karir mereka. Mereka juga berkomitmen untuk menciptakan budaya kerja yang inklusif dan menghormati keragaman. Dengan demikian, karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan yang terbaik.

dalam pekerjaan mereka, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan.

Dalam hal pemasaran dan iklan, Bakery Anita berkomitmen untuk menjalankan praktik yang etis dan tidak menyesatkan. Mereka memastikan bahwa semua klaim yang dibuat dalam iklan dan promosi mereka akurat dan dapat dipercaya. Misalnya, jika mereka mengklaim bahwa produk mereka bebas dari bahan pengawet, konsumen harus menemukan bahwa klaim tersebut benar dalam pengalaman mereka. Pemasaran yang jujur dan transparan membantu membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan reputasi yang baik bagi Bakery Anita. Ini juga menciptakan harapan yang realistis di kalangan konsumen dan memastikan bahwa mereka tidak merasa tertipu oleh klaim yang berlebihan.

Secara keseluruhan, implementasi etika bisnis dalam operasional harian di Bakery Anita mencakup berbagai aspek mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, transparansi, pelayanan pelanggan, komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan, tanggung jawab sosial, pengembangan karyawan, hingga pemasaran dan iklan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis ini, Bakery Anita tidak hanya memastikan bahwa operasional mereka berjalan dengan cara yang adil dan bertanggung jawab, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Praktik etika bisnis yang kuat menciptakan lingkungan yang positif bagi karyawan dan komunitas, serta mendukung keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Dengan demikian, Bakery Anita dapat mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dengan cara yang etis dan bertanggung jawab, yang pada akhirnya membawa manfaat bagi semua pihak yang terlibat, baik itu konsumen, karyawan, komunitas, maupun lingkungan.

KESIMPULAN

Implementasi etika bisnis Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman konsumen di Bakery Anita. Etika bisnis Islam menekankan pada nilai-nilai seperti kejujuran, transparansi, tanggung jawab sosial, dan kualitas produk yang tinggi, yang semuanya berkontribusi positif terhadap kesenangan dan kepuasan konsumen. Dalam konteks Bakery Anita, penggunaan bahan baku yang halal dan berkualitas, serta penerapan proses produksi yang higienis dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, menjadi faktor utama yang meningkatkan kepercayaan konsumen. Konsumen merasa yakin bahwa produk yang mereka konsumsi tidak hanya aman, tetapi juga diproduksi dengan memperhatikan nilai-nilai moral dan spiritual.

Selain itu, komitmen Bakery Anita dalam menjaga hubungan yang baik dengan konsumen melalui pelayanan yang ramah, transparansi dalam informasi produk, dan responsif terhadap masukan konsumen, merupakan contoh nyata dari bagaimana etika bisnis Islam dapat diterapkan secara praktis dalam meningkatkan pengalaman konsumen. Hal ini menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan, di mana loyalitas konsumen dan reputasi perusahaan dapat terjaga dengan baik. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya implementasi etika bisnis Islam dalam industri makanan dan minuman, khususnya di Bakery Anita, sebagai fondasi yang kuat dalam menciptakan kesenangan konsumen yang berkelanjutan. Implikasi dari penelitian ini dapat memberikan panduan bagi industri lain untuk

mengadopsi praktik bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek moral dan sosial dalam interaksi dengan konsumen.

SARAN

Bakery Anita di Kota Bangkalan dapat meningkatkan pengalaman konsumen dengan memperkuat pendidikan etika bisnis Islam bagi karyawan, memperluas variasi produk dengan mempertimbangkan preferensi konsumen yang lebih beragam, serta meningkatkan komunikasi dan transparansi mengenai praktik bisnis mereka. Pengembangan program tanggung jawab sosial yang terstruktur dan evaluasi terus-menerus dari umpan balik konsumen juga penting untuk memperkuat hubungan dengan komunitas dan meningkatkan kualitas layanan serta produk yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, Imam Hardjanto. (2005). Pengantar Bisnis. Edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anwar, M. (2014). Pengantar Kewirausahaan, Teori dari Aplikasi. Jakarta: Prenada.
- Arifin, Z. (2009). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Badroen, F. (2012). Etika Bisnis dalam Islam. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Baidowi, A. (2011). Etika Bisnis Perspektif Islam. JHI.
- Bertens, K. (2013). Pengantar Etika Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Basrowi dan Suwandi. (2008). Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmawan, D. (2015). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Alfabeta.
- Djaktar, M. (2012). Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi. Jakarta: Penebar Plus.
- Effendi, M. A. (2008). Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Engel, F. James, Blackwell, D. Roger, & Miniard, W. Paul. (2010). Perilaku Konsumen. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Harmoni, A. (2016). Implementasi Etika Bisnis dalam Kegiatan Operasional Perusahaan. Jurnal Manajemen Bisnis, 3(2), 112-123
- Hermanto, R. (2014). Analisis Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 29(1), 55-68.
- Indriani, R. (2017). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Perspektif Hukum Indonesia. *Jurnal Hukum*, 20(2), 205-218.
- Juliyani, E. (2016). "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam." Jurnal Ummul Qura, 63-74.
- Kusuma, A. (2015). Pengaruh Transparansi Informasi terhadap Kepercayaan Konsumen pada Produk Makanan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 10(3), 145-159.
- Lestari, D. (2018). Peran Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 321-337.
- Mangkunegara, A. P. (2012). Perilaku Konsumen. Bandung: PT Refika Aditama.

- Nitisusastro, M. (2012). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Saifullah, M. (2016). "Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah." Walisongo, 127-156.
- Semiawan, C. R. (2010). Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya. Jakarta: Grasindo.
- Tarmudji, T. (2006). Prinsip-prinsip Wirausaha. Yogyakarta: Liberty.
- Wiratmo, M. (2001). Pengantar Kewiraswastaan. Yogyakarta: BPFE.