

**PENERAPAN ETIKA BISNIS BERBASIS KEARIFAN LOKAL
DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER SATISFACTION*
DI BANK MUAMALAT KCP. PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
dalam Bidang Perbankan Syariah (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

BESSE FEBRIANTI

1904020213

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

**PENERAPAN ETIKA BISNIS BERBASIS KEARIFAN LOKAL
DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER SATISFACTION*
DI BANK MUAMALAT KCP. PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
dalam Bidang Perbankan Syariah (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

BESSE FEBRIANTI

1904020213

Pembimbing:

M. Ikhsan Purnama, S.E., M.E.Sy

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Besse Febrianti

NIM : 1904020213

Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrasi atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 13 Desember 2024

Yang membuat pernyataan,



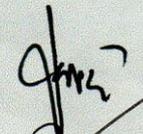
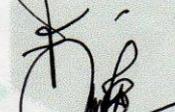
Besse Febrianti
Besse Febrianti
1904020213

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Penerapan Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal dalam Meningkatkan *Customer Satisfaction* di Bank Muamalat KCP Palopo yang ditulis oleh Besse Febrianti Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1904020213, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 26 November 2024 Miladiyah bertepatan dengan 24 Jumadil Awal 1446 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 04 Desember 2024

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Ilham, S.Ag., M.A. | Penguji I | () |
| 4. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy. | Penguji II | () |
| 5. M. Ikhsan Purnama, S.E., M.E.Sy. | Pembimbing | () |

Mengetahui :

a.n Rektor IAIN PALOPO
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009012006



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP 198912072019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَالصَّلَاةُ
وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ،
أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Swt, yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam atas Nabiullah Muhammad Saw, para keluarga, sahabat dan para pengikut beliau hingga sampai akhir zaman.

Skripsi ini saya persembahkan khusus buat kedua orang tuaku yang tercinta Ayahanda Tenrisau dan Ibunda Hijrah yang telah mendidik penulis penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang dan atas segala jerih payah, kasih sayang, pengorbanan, baik materi maupun moril serta doa yang senantiasa diberikan kepada penulis sampai akhir penulisan tesis ini. Dan juga kepada saudara dan keluarga yang selalu memberikan dukungan. Sungguh penulis sadar bahwa tidak mampu untuk membalas semua itu, hanya doa yang dapat penulis persembahkan untuk mereka semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah swt.

Dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal dalam Meningkatkan *Customer Satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo”, penulis mengalami beberapa tantangan, tetapi dapat diselesaikan berkat adanya ketekunan, ketelitian, kecermatan penulis, dan bantuan dari berbagai pihak baik secara material maupun psikis. Oleh karena itu, dengan

ketulusan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Anita Marwing, S.HI.,M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr.Fasiha, M.EI. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. selaku Wakil Dekan BidangAdministrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas. S.Ag., M.A selakuWakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan KerjasamaKetua Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo, Edi Indra Setiawan, S.E.,M.M. dan Sekretaris Prodi, Umar, S.E., M.SE. serta seluruh dosen yang telah memberikan sumbangsi ilmu pengetahuan selama peneliti menempuh pendidikan di Institut Negeri Islam Palopo.
3. Pembimbing, M. Ikhsan Purnama, S.E., M.E.Sy. selaku dosen pembimbing saya yang telah bersedia luangkan waktu tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Penguji I, Ilham, S.Ag., M.A. dan penguji II, Hamida, S.E.,Sy., M.E.Sy. yang telah memberikan kritik dan saran sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.

5. Para Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo, yang telah memberikan ilmunya dengan ikhlas, semoga Allah SWT, membalasnya dengan kebaikan yang banyak.
6. Kepala Unit Perpustakaan, Abu Bakar, S.Pd.I., M.Pd. beserta staf dalam ruang lingkup IAIN Palopo yang telah memberikan pelayanannya dengan baik selama peneliti menjalani studi khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan pembahasan skripsi ini.
7. Teman-teman di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019 terkhusus kelas Perbankan Syariah IAIN Palopo.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan tugas akhir ini. Mudah-mudahan bernilai ibadah mendapatkan pahala dari Allah Swt., Aamiin Ya Rabbil ‘Alamin.

Palopo, 26 Juni 2024

Besse Febrianti
1904020213

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ďad	Ď	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)

ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

A. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	<i>Fathah</i>	a	a
ـِ	<i>Kasrah</i>	i	i
ـُ	<i>Dammah</i>	u	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي...	<i>Fathah dan ya</i>	ai	a dan u
اُو...	<i>Fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ *kataba*
- فَعَلَ *fa`ala*
- سِئِلَ *suila*
- كَيْفَ *kaifa*
- حَوْلَ *hauila*

B. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...أ...	<i>Fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis di atas
اِي...	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di atas
اُو...	<i>Dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالِ *qāla*
- رَمَى *ramā*
- قِيلَ *qīla*
- يَقُولُ *yaqūlu*

B. Daftar Singkatan

SWT. = *Subhanahu Wa Ta'ala*

SAW. = *Shallallahu Alaihi Wasallam*

AS = *Alaihi Al-Salam*

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

L = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

W = Wafat Tahun

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali Imran/3: 4

HR = Hadistt Riwayat

KCP= Kantor Cabang Pembantu

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR AYAT	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	8
B. Landasan Teori.....	14
1. Etika Bisnis	14
2. Kearifan Lokal	23
3. Kearifan Kota Palopo.....	27
4. Pelayanan	31
5. Kepuasan Nasabah (<i>Costumer Satisfaction</i>).....	33
C. Kerangka Pikir.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian	40
C. Sumber Data.....	40

D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Instrumen Penelitian.....	42
F. Pemeriksaan Keabsahan Data	42
G. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	46
A. Deskripsi Data	46
B. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran/Rekomendasi.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	86

DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1. Q.S. al-An'am Ayat 151-154 Tentang Etika.....	14
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	37
Gambar 2. Struktur Organisasi Bank Muamalat	51

ABSTRAK

Besse Febrianti, 2024. “*Penerapan Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal dalam Meningkatkan Customer Satisfaction di Bank Muamalat KCP. Palopo*” Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo, dibimbing oleh Muh. Ikhsan Purnama.

Skripsi ini membahas tentang Penerapan Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal dalam Meningkatkan *Customer Satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo. Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan *customer satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo. Untuk mengetahui dan memahami faktor pendukung dan hambatan penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan *customer satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dengan metode deskriptif-kualitatif. Data penelitian diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya data dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal di Bank Muamalat KCP. Palopo dapat meningkatkan *customer satisfaction* melalui implementasi konsep etika bisnis yang sesuai dengan kebutuhan dan budaya setempat. Penerapan nilai *sipakataw* di Bank Muamalat KCP. Palopo menciptakan pelayanan yang ramah dan perlakuan setara terhadap nasabah, *sipakainge* saling mengingatkan, dengan membangun komunikasi dua arah antara bank dan nasabah, serta *sipakaleb* dengan memberikan penghargaan kepada nasabah loyal. Aplikasi nilai-nilai *sipakataw*, *sipakainge*, dan *sipakaleb* di Bank Muamalat KCP. Palopo dapat memperkuat hubungan bank dengan nasabah melalui pendekatan yang mengedepankan kearifan lokal. Faktor penghambat penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah adanya beberapa karyawan yang pendidikannya tidak berlatar belakang syariah, sehingga mereka mengalami kesulitan dalam memahami etika bisnis Islam. Oleh karena itu, pelatihan dan pemahaman tentang hal tersebut terus diberikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Di sisi lain, faktor pendukungnya adalah masyarakat Kota Palopo yang dikenal ramah dan murah senyum, yang merupakan bagian dari kearifan lokal. Selain itu, masyarakat Kota Palopo juga mengenal istilah *lempu'* (jujur), ketika diterapkan dalam etika bisnis yang berbasis kearifan lokal sangat sesuai dengan ajaran Islam.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Kearifan Lokal, *Customer Satisfaction*, Bank Muamalat.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan syariah saat ini berkembang cukup pesat dan persaingan juga semakin ketat maka dari itu bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai Bank Syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Bank Syariah merupakan lembaga keuangan layaknya bank konvensional tetapi menggunakan prinsip syariah yaitu keadilan, keseimbangan dan kemaslahatan. Dalam perkembangannya bank syariah didasarkan pada konsep Islam yaitu kerja sama dalam skema bagi hasil baik untung maupun rugi, hal tersebut sebagai upaya kaum muslimin mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan al-Qur'an dan Sunnah. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia saat ini terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun.¹

Indonesia merupakan negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang paling maju dalam masalah industri keuangan syariah. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter dan juga dengan dukungan dari *stakeholder* yang kuat, yang dimana merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal yang ada

¹Asnaini dan Amimah Oktarina, "Potensi Kontribusi Institusi Pendidikan Islam terhadap Perkembangan Bank Syariah di Indonesia", *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.6 No.1 (2020), 51-52.

di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.² Angka pertumbuhan perbankan syariah menunjukkan hal yang menggembirakan, akan tetapi perkembangan dari sisi kelembagaan dan produk keuangan syariah belum diimbangi dengan ketaatan etika bisnis syariah dalam operasional perbankan syariah mutlak diperlukan untuk mendukung kelangsungan usaha perbankan syariah dimasa mendatang.

Pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat *win-win situation* yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Apabila pelanggan tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak berkualitas atau tidak efisien. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat penting dan selalu fokus kepada kepuasan pelanggan.³

²Deasy Ayu Rahma Putri dan Lucky Rachmawati. "Analisis Tingkat Pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No.1, (2022), 2-3. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/16005>

³Nurlela E.P. Lestari, Hubungan Antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Waroeng *Steak and Shake* Cabang Margonda, *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2), (2020), 107. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/download/8321/4257>

Faktor *customer satisfaction* juga penting untuk diterapkan oleh setiap perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari segi non finansial seperti loyalitas pelanggan.⁴ Kualitas pelayanan juga sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dan kemudian berdampak terhadap kepercayaan, serta dapat menimbulkan loyalitas konsumen. Perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan kualitas pelayanan dalam menikmati keunggulan persaingan sehingga perusahaan dapat dengan mudah membina hubungan baik dengan konsumen.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama.⁵ Penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal juga menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan *customer satisfaction*. Layanan yang ramah, transparansi dalam setiap transaksi, serta kepedulian terhadap kebutuhan masyarakat menjadi nilai lebih yang diusung oleh bank.

Faktor kepercayaan juga merupakan etika perbankan dalam hubungannya dengan lain. Dalam mengelola kepercayaan tersebut, bankir harus memiliki akhlak, moral, dan keahlian di bidang perbankan, sebab seorang bankir mempunyai misi untuk memberikan nasehat yang objektif bagi nasabahnya dan juga harus mampu mendidik nasabah dalam arti memberi penjelasan dalam

⁴D. H. Sari, dkk, Pengaruh Brand Trust, Service Quality dan Customer Satisfaction pada Loyalitas (Studi pada Pelanggan Gojek di Kota Denpasar), *Jurnal EMAS* 2(2), (2021), 48.
<https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1670>

⁵Nurlela E.P. Lestari, Hubungan Antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Waroeng *Steak and Shake* Cabang Margonda..., 108.

bidang administrasi, pembukuan, pemasaran, dan bidang-bidang lain. Nasehat objektif yang dimaksud adalah seorang bankir harus dapat bersikap objektif, tidak memihak, jujur terhadap nasabah, dan dapat memilihkan produk atau jasa yang paling tepat bagi nasabahnya. Bankir tidak memaksakan nasabah untuk membeli apa saja yang ditawarkan bankir tanpa mempertimbangkan kondisi dan status nasabah.⁶

Strategi pemasaran menjadi titik penentu untuk mencapai target pasar dan juga sebagai sarana membangun citra produk dan jasa bank terhadap nasabah. Strategi pemasaran yang berlandaskan prinsip syariah akan memberikan point plus tersendiri terhadap pandangan nasabah dikarenakan segala produk yang ditawarkan memperhatikan kesesuaiannya pada prinsip syariah dalam agama Islam.⁷

Di Indonesia terdapat banyak kearifan lokal di bidang ekonomi yang telah diimplementasikan oleh masyarakat maupun upaya pengembangan ekonomi Islam yang bisa dilakukan oleh lembaga keuangan syariah. Sebagai contoh dalam praktik bagi hasil. Praktik-praktik bagi hasil dalam komunitas-komunitas adat ditentukan oleh prinsip-prinsip ekonomi yang dianut masing-masing komunitas adat.⁸ Bank syariah memiliki perbedaan mendasar dengan bank konvensional, terutama dalam penerapan prinsip-prinsip syariah yang mencakup keadilan,

⁶Fadillah Fahma, Penerapan Etika dalam Penerapan Pelayanan pada Bank Muamalat Cabang Palopo, *Skripsi*, (Palopo: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, 2022), 8. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/2632/1/FADILLAH%20FAHMA.pdf>

⁷Asmawati, Trimulato, Ismawati, Strategi Pemasaran Produk Tabungan Meningkatkan Minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar Sulawesi Selatan, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 5 No. 2 Oktober (2022), 177. 10.30595/jhes.v5i2.13792

⁸Nur Kholidah, *Peranan Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Pada Era Revolusi Industri 4.0*, Majalah Neraca, (Pekalongan: STIE Muhammadiyah,t.t), 16.

kejujuran, dan transparansi dalam bertransaksi. Namun, implementasi prinsip-prinsip ini saja tidak cukup untuk menarik kepercayaan dan loyalitas nasabah, terutama dalam lingkungan yang memiliki nilai-nilai budaya yang kuat seperti Kota Palopo.

Kearifan lokal adalah gagasan-gagasan setempat yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.⁹ Masyarakat Kota Palopo memiliki budaya dan kearifan lokal yang masih dijunjung tinggi, seperti nilai gotong royong, kebersamaan, dan kepedulian sosial. Salah satu permasalahan yang timbul adalah kurangnya pemahaman baik dari pihak manajemen maupun pegawai bank mengenai konsep kearifan lokal yang relevan dengan etika bisnis syariah. Hal ini dapat menyebabkan penerapan nilai-nilai lokal tidak dilakukan secara optimal. Kemudian nilai budaya lokal yang berkembang dalam masyarakat Kota Palopo mungkin tidak selalu selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Contohnya, beberapa tradisi atau kebiasaan lokal bisa saja bertentangan dengan aturan syariah, seperti praktik bisnis tertentu yang kurang transparan atau adat yang melibatkan aktivitas yang tidak sesuai dengan hukum Islam.

Kemudian, beberapa pegawai bank tidak memiliki kemampuan yang memadai dalam menerapkan etika bisnis berbasis kearifan lokal. Kekurangan ini bisa menjadi hambatan dalam penerapan kebijakan yang konsisten dan berdampak langsung pada pengalaman nasabah. Meskipun kearifan lokal memiliki banyak

⁹I Made Madiarsa, "Prosiding Seminar : Local Genius dalam Perspektif Kebijakan Publik", *Jurnal Hukum, Manajemen, Pertanian dan Pendidikan*, Vol. 2, No.1, (2010), 5.

nilai positif, terdapat potensi ketidaksesuaian antara beberapa elemen kearifan lokal dengan prinsip-prinsip syariah. Peneliti menemukan kesulitan dalam menentukan batasan atau bagaimana mengharmonisasikan kedua elemen ini secara efektif. Kemudian di era modernisasi, nilai-nilai kearifan lokal bisa tergerus atau berubah sehingga kesulitan peneliti dalam menentukan nilai-nilai kearifan lokal mana yang masih relevan dan sesuai dengan etika bisnis di tengah perubahan sosial dan budaya masyarakat. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengangkat judul “Penerapan Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal dalam Meningkatkan *Customer Satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan *customer satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo?
2. Apa saja faktor pendukung dan hambatan penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan *customer satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan *customer satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo.

2. Untuk mengetahui dan memahami faktor pendukung dan hambatan penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan *customer satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki manfaat yang diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pustaka untuk penelitian selanjutnya dan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan ekonomi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini bermanfaat untuk peneliti dalam memenuhi syarat meraih gelar sarjana ekonomi. Bagi para calon nasabah Bank Muamalat KCP. Palopo akan lebih mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal meningkatkan *customer satisfaction* yang diterapkan di sana.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dijadikan referensi pada penelitian ini yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dian Ayu Septi, dkk pada tahun 2022 yang berjudul “*Memaknai Etika Bisnis berbasis Kearifan Lokal pada Sentra Industri Tahu Kota Kediri*”, Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan wawancara, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai kearifan lokal dapat diterapkan dalam bisnis khususnya praktik manajemen bisnis dan manajemen resiko. Nilai kearifan lokal yang diterapkan dalam transaksi bisnis perusahaan diharapkan bisa menjadi pilihan alternatif perusahaan untuk menjaga keharmonisan hidup bermasyarakat terutama bagi perusahaan yang tumbuh di lingkungan masyarakat jawa. Penelitian ini mendukung teori etika dan nilai etis jawa sebagai hakikat manusia. Penelitian ini memberikan nilai pembeda yaitu adanya “*Guyub Rukun*”, “*Rejeki sing Ngatur Gusti*” yang tidak bisa diungkap dalam manajemen konvensional.¹
2. Penelitian yang dilakukan oleh Jaka Atmaja pada tahun 2020 yang berjudul “*Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas pada Bank*”

¹Diah Ayu Septi, Tri Wahyuningsih, dan Kusuma Wardani, “Memaknai Bisnis Berbasis Kearifan Lokal pada Sentra Industri Tahu Kota Kediri”, *Jurnal Nasional Manajemen* Vol.1 No. 1 (2022), 15-18.
https://www.academia.edu/29085139/Memaknai_Etika_Bisnis_Berbasis_Kearifan_Lokal

BJB". Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah mempunyai korelasi sangat kuat terhadap loyalitas pada bank BJB dan merupakan faktor atau variabel yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas nasabah.²

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ferry Mahlisa pada tahun 2023 yang berjudul "*Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Jambo Tape Kota Banda Aceh)*", penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Hasil dari penelitian dengan menggunakan CSI yaitu 66,04% kisaran antara 66,00-80,00 yang artinya nasabah puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah KCP. Jambo Tape selama ini. Hasil dari analisis SWOT yaitu perbankan syariah perlu melakukan beberapa strategi dalam meningkatkan kepuasan nasabah diantaranya yaitu menetapkan strategi harga yang ringan, mempertahankan dan memperluas jaringan kerjasama dengan instansi-instansi yang ada, tetap memberikan kemudahan nasabah dengan memperbanyak fasilitas ATM, meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan kepada nasabah dengan memberikan pelayanan yang ekstra, mengoptimalkan sistem dengan memperbaiki dan menambah IT atau aplikasi.³

² Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas pada Bank BJB", *Jurnal Ecodemica* Vol.2 No.1, (2020), 64.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/2713>

³Ferry Mahlisa, "*Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP. Jambo Tape Kota Banda Aceh)*", *Skripsi*, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2023), vii.
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/70240/1/229.%2011180850000034_FE RRY%20MAHLIZA.pdf

4. Penelitian yang dilakukan oleh Sitti Ardianti pada tahun 2022 yang berjudul “*Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia (Studi pada Pengguna Tokopedia di Wilayah Soloraya)*”, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner. Hasil penelitian menyatakan bahwa kurangnya loyalitas pelanggan Tokopedia yaitu kebanyakan pelanggan memilih situs belanja online yang lain dari pada Tokopedia, frekuensi penggunaan yang masih rendah, dan pemenuhan kebutuhan belum sesuai harapan pelanggan. Dan customer experience, customer satisfaction, dan citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 34%. Yang berarti bahwa customer experience, customer satisfaction, dan citra merek dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 34%.⁴
5. Penelitian yang dilakukan oleh Becti Widyaningsih dan Nur Ghusaain pada tahun 2022 yang berjudul “*Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Perbankan Syariah di Indonesia*”, Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat dua prinsip yang digunakan BSI dalam bertransaksi yaitu pembiayaan dan pendanaan, prinsip pembiayaan ada *mudharabah, musyarakah, wadiah, murabahah, salam, istisna, ijarah, ijarah muntahiyah*, dan *qard*. Sedangkan pendanaannya ada tabungan syariah dan deposit syariah. Standarisasi etika

⁴Sitti Ardianti, Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia (Studi pada Pengguna Tokopedia di Wilayah Soloraya), *Skripsi*, (Surakarta, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2022),xii.
<https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3400/1/SKRIPSI-SITTI%20ARDIANTI%20185211081.pdf>

bisnis Islam dalam Bank Syariah sudah memenuhi standarisasi syariah karena sudah menggunakan prinsip dan akad-akad syariah.⁵

6. Penelitian yang dilakukan oleh Ratna Diah Yuniawati pada tahun 2022 yang berjudul “*Analisa Kualitas Layanan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Pada Mobile Banking BMT Sakinah*”, menggunakan metode kuantitatif dengan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja mobile banking Baitul Maal wat-Tamwil Sakinah hampir mencapai harapan nasabah sebagai user Nilai tersebut berada pada kisaran 66% - 80,99% yang artinya layanan yang tersedia pada mobile banking Baitul Maal wat-Tamwil Sakinah, secara keseluruhan nasabah merasa puas terhadap kinerja layanan mobile banking Baitul Maal wat-Tamwil Sakinah.⁶
7. Penelitian yang dilakukan Dedi Wahyudi yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Tanggamus*”, pada tahun 2021. Teknik pengumpulan data menggunakan studi dokumen, dan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank

⁵ Bekti Widyaningsih dan Nur Ghusaain, “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Perbankan Syariah di Indonesia”, *Jurnal Kajian* Vol.4 No.1, (2022), 18.
<https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/istismar/article/view/2743/1261>

⁶Ratna Diah Yuniawati, “Analisa Kualitas Layanan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Pada Mobile Banking BMT Sakinah”, *Jurnal Eklptika*, Vol. 3, No. 1, (2022), 10.
<https://ejournal.unupasuruan.ac.id/index.php/ekliptika/article/view/132>

Syariah Tanggamus. Peran pelayanan sangat berdampak terhadap kepuasan nasabah dan merupakan salah satu penilaian nasabah terhadap perusahaan.⁷

8. Penelitian yang dilakukan oleh Raudlatul Izzah yang berjudul “*Penerapan Etika Bisnis dan Profesi pada Sekolah Menengah Kejuruan Bina Madina Denpasar*”, pada tahun 2021. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sekolah menengah kejuruan merupakan tempat untuk menghasilkan sumber daya manusia yang profesional untuk memiliki kualifikasi dalam bidang ilmu pengetahuan dan perilaku etis. Sekolah Menengah Kejuruan memiliki kewajiban untuk membentuk “*charater building*” peserta didik. perguruan tinggi terdiri dari beberapa komponen yaitu guru, peserta didik dan kurikulum. diantara komponen terpenting adalah guru. Sehingga untuk memastikan bahwa Sekolah Menengah Kejuruan lebih baik maka diperlukan etika.⁸
9. Penelitian yang dilakukan oleh Iqtishodiyah yang berjudul “*Peran Kearifan Lokal dalam Mengembangkan Bisnis Syariah di Kota Padang Sidempuan*” Tahun 2022. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, yang bersifat deskriptif kuantitatif dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada pelaku usaha, masyarakat, tokoh adat dan pemerintah. Hasil penelitiannya dapat dikatakan bahwa kearifan lokal Kota Padang Sidempuan sangat berperan dalam mengembangkan bisnis syariah sesuai dengan tuntunan agama islam,

⁷Dedi Wahyudi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Tanggamus”, *Jurnal Signaling*, Vol 10, No 2 (2021), 58.
<https://ojs.stmikpringsewu.ac.id/index.php/signaling>

⁸Raudlatul Izzah, “*Penerapan Etika Bisnis dan Profesi pada Sekolah Menengah Kejuruan Bina Madina Denpasar*”, (UPG : Skripsi 2021), 15.
https://www.academia.edu/79970268/Tugas_UAS_Etika_Bisnis_Raudlatul_Izzah_2029141032

dimana pelaku usaha dan konsumen saling menjaga, saling menghormati dan saling menghargai, saling tolong menolong hal ini tercermin dari melekatnya nilai adat dan budaya dalam diri masyarakat. Kearifan lokal ini tidak berfokus pada pencantuman kata “syariah” yang melakat pada merek dagang atau merek usaha, akan tetapi lebih kepada muatan kegiatan aktivitas bisnis yang bernilai syariah, rama tama, tutur yang soapan ,santun dan jujur ketertiban dan keamanan kegiatan ekonomi⁹

10. Penelitian yang dilakukan oleh Fetria Eka Yudiana yang berjudul “*Modifikasi Branchless Banking pada Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan Kearifan Lokal*” pada tahun 2021, jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengembangan modelbranchless banking di Indonesia terutama pada perbankan syariah lebih tepat jika memadukan teknologi dan aspek kearifan lokal karena lebih sesuai dengan karakter keragaman budaya, agama dan letak geografis Indonesia. Budaya lokal yang dipahami oleh perbankan syariah dapat menjadi keuntungan dalam mengembangkan branchless banking. Sehingga Perbankan syariah harus memiliki kemampuan untuk bekerjasama dengan unit ekonomi lokal. Desain model *branchless banking* pada perbankan syariah yang terintegrasi, *workable dan prudent*, sehingga dapat menjangkau lebih banyak masyarakat terutama *unbanked people*, sesuai dengan prinsip dasar perbankan

⁹Janus Tambunan, dkk “Peran Kearifan Lokal dalam Pengembangan Bisnis Syariah di Kota Padang Sidempuan, *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.8, No 2 tahun 2022, 23.
<https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/827>

syariah di Indonesia, terintegrasi dan sesuai dengan international standard akan dapat meningkatkan *market share* perbankan syariah di Indonesia.¹⁰

B. Landasan Teori

1. Etika Bisnis

a. Pengertian Etika Bisnis

Etika adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana berperilaku jujur, benar, dan adil. Etika merupakan cabang ilmu filsafat, mempelajari ilmu filsafat, mempelajari perilaku moral dan tidak moral, membuat pertimbangan matang yang patut dilakukan oleh seseorang kepada orang lain atau kelompok tertentu, etika dikategorikan sebagai filsafat moral atau etika normatif. Etika berasal dari kata Yunani *ethos* berarti tempat tinggal, kandang, kebiasaan, adat, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Bentuk jamaknya adalah *to etha* yang berarti adat istiadat, artinya etika berhubungan erat dengan kebaikan hidup, kebiasaan, atau karakter baik terhadap seseorang, kelompok masyarakat, atau terhadap kelompok tertentu.¹¹ Sebagaimana dalam al-Qur'an pada surah al-An'am ayat 151-154 sebagai berikut:

﴿قُلْ تَعَالَوْا أَتْلُ مَا حَرَّمَ رَبُّكُمْ عَلَيْكُمْ أَلَّا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَلَا تَقْتُلُوا أَوْلَادَكُمْ مِمَّنْ إِمْلَاقٍ تَحْنُ نَرْزُقُكُمْ وَإِيَّاهُمْ وَلَا تَقْرَبُوا الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطْنٌ وَلَا تَمْتَلُوا النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ ذَلِكَمْ وَصَّاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ

¹⁰Fetria Eka Yudiana, "Modifikasi *Branchless Banking* pada Perbankan Syariah di Indonesia berdasarkan Kearifan Lokal", *Jurnal Muqtasid* Vol.9, No.1, (2021), 15. https://www.researchgate.net/publication/326013273_Modifikasi_Branchless_Banking_Pada_Perbankan_Syariah_di_Indonesia_Berdasarkan_Kearifan_Lokal

¹¹Saban Echdar & Maryadi, *Business Ethics and Entrepreneurship*, (Yogyakarta: CV Budi Utama 2019), 9.

(١٥١) وَلَا تَقْرُبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ
وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ
وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَّاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ (١٥٢) وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا
فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَن سَبِيلِهِ ذَلِكُمْ وَصَّاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ
(١٥٣) ثُمَّ آتَيْنَا مُوسَى الْكِتَابَ تَمَامًا عَلَى الَّذِي أَحْسَنَ وَتَفْصِيلًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى
وَرَحْمَةً لِّعَلَّاهُمْ بِلِقَاءِ رَبِّهِمْ يُؤْمِنُونَ (١٥٤)

Terjemahnya:

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Kemarilah! Aku akan membacakan apa yang diharamkan Tuhan kepadamu, (yaitu) janganlah mempersekutukan-Nya dengan apa pun, berbuatbaiklah kepada kedua orang tua, dan janganlah membunuh anak-anakmu karena kemiskinan. (Tuhanmu berfirman,) ‘Kamilah yang memberi rezeki kepadamu dan kepada mereka.’ Janganlah pula kamu mendekati perbuatan keji, baik yang terlihat maupun yang tersembunyi. Janganlah kamu membunuh orang yang diharamkan Allah, kecuali dengan alasan yang benar). Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu mengerti. Janganlah kamu mendekati (menggunakan) harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, lakukanlah secara adil sekalipun dia kerabat(-mu). Penuhilah pula janji Allah. Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu mengambil pelajaran.” Sungguh, inilah jalan-Ku yang lurus, maka ikutilah! Jangan kamu ikuti jalan-jalan (yang lain) sehingga menceraiberaikanmu dari jalan-Nya. Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu bertakwa. Kemudian, Kami telah menganugerahkan kepada Musa Kitab (Taurat) untuk menyempurnakan (nikmat Kami) kepada orang yang berbuat kebaikan, menjelaskan secara rinci segala sesuatu, serta memberi petunjuk dan rahmat agar mereka beriman kepada pertemuan dengan Tuhannya. (Q.S. Surah al-An’am: 151-154).¹²

Ayat al-Qur’an di atas, menempatkan *tauhid* (jangan mempersekutukan

Nya) pada urutan pertama, kemudian disusul dengan berbagai ketentuan

¹²Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahan*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2017), 214-215.

kehidupan moral lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa *tauhid* dalam visi al-Qur'an merupakan dasar fundamental seluruh kesalehan, religuitas dan seluruh kebaikan moral, seperti berbuat baik kepada ibu-bapak, tidak membunuh anak karena takut miskin (menjaga generasi), tidak berbuat keji, tidak mem-bunuh jiwa yang diharamkan, menjaga harta anak yatim, bersikap jujur dan adil, tidak mengurangi timbangan dalam berdagang, serta objektif dalam menilai atau menetapkan suatu hukum, meskipun berkaitan dengan diri dan keluarga.

Jadi, pesan moralitas keagamaan (etiko-religius) *tauhid* inilah yang menjadi landasan etis-teologis dalam mempersatukan ber-bagai komunitas masyarakat secara sosionomicpolitis, kebinekaan dalam masyarakat Madinah yang dipersatukan oleh Rasulullah SAW. Implikasi sosiologis dari seruan moral kepada tauhid sebagai titik temu (*kalimatun sawa*) ini adalah penghargaan terhadap etika pergaulan dalam bertransaksi antar umat manusia yang beriman sebagai pemilik kitab suci. Secara garis besar konsep *tauhid* sebagai *the principle of metaphysics*, sekaligus *the principle of socionomic ethic values* di atas.

Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang didalamnya terdapat serangkaian usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan menawarkan barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan atau laba.¹³ Bisnis memuat empat aspek yaitu menghasilkan barang dan jasa, mendapatkan laba, suatu kegiatan usaha dan memenuhi kebutuhan

¹³Kholida Qothrunnada, *Pengertian Bisnis*, diakses pada tanggal 22 April 2022. <https://finance.detik.com>

masyarakat dalam sehari-hari. Menurut Brown and Petrello dalam Sattar bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.¹⁴

Etika bisnis adalah tindakan yang dilakukan dalam kegiatan bisnis dengan tidak menyalahi aturan organisasi dan masyarakat, dalam etika bisnis setiap kegiatan harus dalam keadaan wajar dan sesuai dengan norma dan etika yang berlaku. Setiap tindakan bisnis harus dilandasi oleh moralitas dan prinsip kebenaran yang disertai dengan tanggung jawab. Dalam etika bisnis, tindakan yang hendak dilakukan oleh setiap perusahaan, organisasi, atau individu tidak boleh sampai merugikan orang lain.¹⁵ Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.¹⁶

Etika bisnis adalah pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, moralitas berarti aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, dan karenanya diperbolehkan atau tidak dari perilaku manusia. Moralitas selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan manusia dan kegiatan ekonomis merupakan suatu bidang perilaku manusia yang sangat penting.¹⁷

¹⁴ Sattar, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: CV Budi Utama 2019), 6.

¹⁵Wikipedia, *Etika Bisnis*, diakses pada tanggal 02 April 2024. <https://id.wikipedia.org>

¹⁶M. Ikhsan Purnama, "Peraan Etika Bisnis Islam pada Industri Rumahan Sebagai Pedoman Usaha", *Al-Amwal : Journal Of Islamic Economi Law*, Vol.4 No.1 (2019), 10.

¹⁷K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius 2021), 34.

Menurut Faisal Badroen, et.al menyatakan bahwa etika bisnis adalah seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komitmen dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnis dengan selamat.¹⁸

Menurut Muslich menyatakan bahwa etika bisnis adalah suatu pengetahuan tentang cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan normalitas yang berlaku secara universal.¹⁹ Menurut Hill dan Jones dalam Ramzi Durin mengemukakan bahwa etika bisnis merupakan suatu ajaran untuk membedakan antara salah dan benar guna memberikan pembekalan kepada setiap pemimpin perusahaan ketika mempertimbangkan untuk mengambil keputusan strategis yang terkait dengan masalah moral yang kompleks.²⁰

Ada beberapa prinsip etika bisnis yaitu :

1) Prinsip ekonomi

Perusahaan secara bebas memiliki wewenang sesuai dengan bidang yang dilakukan dan pelaksanaannya dengan visi dan misi yang dimilikinya dalam menetapkan kebijakan perusahaan harus diarahkan pada upaya pengembangan visi dan misi perusahaan yang berorientasi pada kemakmuran, kesejahteraan para pekerja, komunitas yang dihadapinya.

¹⁸Faisal Badroen, et.al, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Kencana 2018), 15.

¹⁹Muslich, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Ekonisia 2019), 9.

²⁰Ramzi Durin, Arti Penting Menjalankan Etika dalam Bisnis, *Valuta Journal* 6, No.1, (April 2020), 33.

2) Prinsip kejujuran

Kejujuran menjadi nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan kinerja perusahaan. Dalam hubungannya dengan lingkungan bisnis, kejujuran diorientasikan kepada seluruh pihak yang terkait dengan aktivitas bisnis. Dengan kejujuran yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka masyarakat yang ada di sekitar lingkungan perusahaan akan menaruh kepercayaan yang tinggi bagi perusahaan tersebut.

3) Prinsip niat baik

Tindakan jahat tentu tidak membantu perusahaan dalam membangun kepercayaan masyarakat, justru kejahatan dalam berbisnis akan menghancurkan perusahaan itu sendiri. Niatan dari suatu tujuan terlihat cukup transparan misi, visi dan tujuan yang ingin dicapai dari suatu perusahaan.

4) Prinsip berlaku adil

Prinsip ini menganjurkan perusahaan untuk bersikap dan berperilaku adil kepada pihak-pihak bisnis yang terkait dengan sistem bisnis tersebut.

5) Prinsip hormat pada diri sendiri

Prinsip hormat pada diri sendiri adalah cermin penghargaan yang positif pada diri sendiri. Hal ini dimulai dengan penghargaan terhadap orang lain. Menjaga nama baik merupakan pengakuan atas keberadaan perusahaan tersebut.²¹

²¹ Muslich, *Etika Bisnis...*, 18-20.

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis adalah kegiatan bisnis yang mencakup norma norma konkret yang menjadi pedoman baik secara individu, masyarakat maupun perusahaan.

b. Etika Bisnis dalam Islam

Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip moral untuk menelaah suatu perbuatan yang baik dan yang buruk dalam serangkaian aktivitas bisnis diberbagai bentuk di mana tidak ada batasan dalam jumlah kepemilikan yang berupa harta (barang dan jasa) dan keuntungannya, namun tetap berlaku pembatasan dalam cara memperolehnya dan menggunakannya karena alasan halal dan haram.²²

Etika bisnis dalam Islam mengajarkan bahwa laba yang diperbolehkan harus sesuai dengan hukum nasional maupun syariah yang berlaku, serta tingkat laba tidak menjurus pada eksploitasi, gangguan fungsi pasar dan kejahatan sehingga penetapan harga yang berlebihan dapat merugikan masyarakat dan hal tersebut tidak diperkenankan.²³ Etika bisnis merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip prinsip moralitas.

Istilah etika dalam ajaran Islam tidak sama dengan apa yang diartikan oleh para ilmuwan Barat. Bila etika Barat sifatnya berkisar sekitar manusia, maka etika Islam bersifat berkisar sekitar Tuhan. Dalam etika Islam suatu

²²Ariza Fuadi, Etika Bisnis dan Upaya Membangun Budaya Berbisnis yang Islami, *Az-Zarqa*, Vol. 5, No.2, Desember (2013), 88.

²³Alfrida, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Perbankan Syariah" *Jurnal Nominal* Vol 7 No 1 (2018), 11.

perbuatan selalu dihubungkan dengan amal saleh atau dosa, dengan pahala atau siksa, dengan surga atau neraka.²⁴

Ada beberapa hal yang dapat dikemukakan sebagai tujuan umum dari studi etika bisnis sebagai berikut.²⁵

- 1) Menanamkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis
- 2) Memperkenalkan argumentasi moral dibidang ekonomi dan bisnis serta penyusunannya
- 3) Membantu menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi.

Dengan demikian, ketiga tujuan tersebut dari studi etika bisnis diharapkan menjadi parameter dengan hak, kewajiban dan keadilan sehingga dapat bekerja secara profesional demi mencapai produktivitas dan efisiensi kerja yang optimal. Menurut Ali Hasan Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan

²⁴Akmal Hawi, *Komperensi Guru Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 55.

²⁵Erni R.Ernawan, "*Etika Bisnis dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean*", (Bandung: Alfabeta 2016), 50.

perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu al-Qur'an dan hadist sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan termasuk bisnis.²⁶

Masyarakat Islam adalah masyarakat yang dinamis sebagai bagian dari peradaban. Dalam hal ini, etika dengan agama berkaitan erat dengan manusia, tentang upaya pengaturan kehidupan dan perilakunya. Jika barat meletakkan "akal" sebagai dasar kebenarannya. Maka, Islam meletakkan "al-Qur'an" sebagai dasar kebenaran. Berbagai teori etika Barat dapat dilihat dari sudut pandang Islam, sebagai berikut :

- 1) *Teleologi Utilitarian* dalam Islam adalah hak individu dan kelompok adalah penting dan tanggungjawab adalah hak perseorangan.
- 2) *Distributive Justice* dalam Islam adalah Islam mengajarkan keadilan. Hak orang miskin berada pada harta orang kaya. Islam mengakui kerja dan perbedaan kepemilikan kekayaan.
- 3) *Deontologi* dalam Islam adalah niat baik tidak dapat mengubah yang haram menjadi halal. Walaupun tujuan, niat dan asilnya baik, akan tetapi apabila caranya tidak baik, maka tetap tidak baik.
- 4) *Eternal Law* dalam Islam adalah Allah mewajibkan manusia untuk mempelajari dan membaca wahyu dan ciptaanNya. Keduanya harus dilakukan dengan seimbang, Islam mewajibkan manusia aktif dalam kegiatan duniawi yang berupa muamalah sebagai proses penyucian diri.
- 5) Relativisme dalam Islam adalah perbuatan manusia dan nilainya harus sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadist. Prinsip konsultasi dengan

²⁶Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015), 172.

pihak lain sangat ditekankan dalam Islam dan tidak ada tempat bagi egoisme dalam Islam.

- 6) Teori Hak dalam Islam adalah menganjurkan kebebasan memilih sesuai kepercayaannya dan menganjurkan keseimbangan. Kebebasan tanpa tanggungjawab tidak dapat diterima. Dan tanggungjawab kepada Allah adalah hak individu.²⁷

Teori etika bisnis berfungsi dalam pengambilan keputusan ketika pelaku usaha dihadapkan dengan situasi yang memiliki dimensi moral. Kemampuan ataupun kompetensi yang dibangun oleh etika bisnis antara lain kemampuan analisis yaitu kemampuan dalam memahami posisi serta prinsip moral dengan perbuatan, kemampuan positif yang dapat mengantisipasi reaksi dari pihak lain .

2. Kearifan Lokal

Kearifan lokal atau sering disebut *local wisdom* dapat dipahami sebagai sebuah usaha manusia dengan menggunakan akal budinya untuk bertindak dan bersikap terhadap sesuatu, objek, atau peristiwa yang terjadi dalam ruang tertentu. *Wisdom* dipahami sebagai kemampuan seseorang dalam menggunakan akal pikirannya dalam bertindak atau bersikap sebagai hasil penilaian terhadap sesuatu objek atau peristiwa yang terjadi.²⁸

Secara umum kearifan lokal dapat dipahami sebagai pandangan hidup suatu masyarakat di wilayah tertentu mengenai lingkungan alam tempat

²⁷Faty Rahmarisa, Etika Bisnis dalam Perspektif Islam, *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Kebijakan Publik)*, Vol. 1, No.2, (2019), 6.

²⁸Anson Ferdiant Diem, Wisdom of the locality, *Jurnal Berkala Teknik* 2, No.4 (2012), 300.

mereka tinggal, pandangan yang dimaksud biasanya adalah pandangan hidup yang sudah berurat akar menjadi kepercayaan orang-orang di wilayah tersebut selama puluhan bahkan ratusan tahun yang lalu.²⁹ Untuk mempertahankan kearifan lokal tersebut, para orang tua dari generasi sebelumnya, dan lebih tua akan mewariskannya kepada anak-anak mereka dan begitu seterusnya. Mengingat kearifan lokal adalah pemikiran yang sudah lama dan berusia puluhan tahun, maka kearifan lokal yang ada pada suatu daerah jadi begitu melekat dan sulit untuk dipisahkan dari masyarakat yang hidup di wilayah tersebut.

Menurut Sedyawati, kearifan lokal dapat diartikan sebagai kearifan dalam budaya tradisional suku-suku bangsa. Kearifan dalam arti luas tidak hanya berupa norma dan nilai budaya melainkan juga sebagai unsur gagasan termasuk yang berimplikasi pada teknologi, penanganan kesehatan, dan estetika.³⁰ Menurut Suhartini dan Putu Oka dalam Agus Wibowo mendefinisikan bahwa kearifan lokal sebagai bentuk kearifan juga cara sikap terhadap lingkungan yang ada dalam kehidupan bermasyarakat di suatu tempat atau daerah. Mereka juga menegaskan bahwa kearifan lokal adalah semua bentuk pengetahuan, keyakinan, pemahaman, atau gagasan, serta adat

²⁹M. Hardi, *Sosial Budaya Kearifan Lokal*, diakses pada tanggal 20 Desember 2023, <https://www.gramedia.com>

³⁰ Edy Sedyawati, *Budaya Indonesia, Kajian Arkeologi, Seni, dan Sejarah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), 382.

kebiasaan atau etika yang menuntun perilaku manusia dalam kehidupan di dalam komunitas ekologis.³¹

Menurut Mitchell dalam Rinitami, kearifan lokal memiliki enam dimensi, yaitu:

a. Dimensi pengetahuan lokal

Setiap masyarakat memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan hidupnya karena masyarakat memiliki pengetahuan lokal dalam menguasai alam. Seperti halnya pengetahuan masyarakat mengenai perubahan iklim dan sejumlah gejala-gejala alam lainnya.

b. Dimensi nilai lokal

Setiap masyarakat memiliki aturan atau nilai-nilai lokal mengenai perbuatan atau tingkah laku yang ditaati dan disepakati bersama oleh seluruh anggotanya tetapi nilai-nilai tersebut akan mengalami perubahan sesuai dengan kemajuan masyarakatnya. Nilai-nilai perbuatan atau tingkah laku yang ada di suatu kelompok belum tentu disepakati atau diterima dalam kelompok masyarakat yang lain, terdapat keunikan.

c. Dimensi ketarampilan lokal

Setiap masyarakat memiliki kemampuan untuk bertahan hidup (survival) untuk memenuhi kebutuhan kekeluargaan masing-masing atau disebut dengan ekonomi substansi. Hal ini merupakan cara mempertahankan kehidupan manusia yang bergantung dengan alam mulai dari cara berburu, meramu, bercocok tanam, hingga industri rumah tangga.

³¹Agus Wibowo, *Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal di Sekolah : Konsep, Strategi, dan Implementasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021), 16-18.

d. Dimensi sumber daya lokal

Setiap masyarakat akan menggunakan sumber daya lokal sesuai dengan kebutuhannya dan tidak akan mengeksploitasi secara besar-besaran atau dikomersialkan. Masyarakat dituntut untuk menyeimbangkan keseimbangan alam agar tidak berdampak bahaya baginya.

e. Dimensi mekanisme pengambilan keputusan lokal

Setiap masyarakat pada dasarnya memiliki pemerintahan lokal sendiri atau disebut pemerintahan kesukuan. Suku merupakan kesatuan hukum yang memerintah warganya untuk bertindak sesuai dengan aturan yang telah disepakati sejak lama. Kemudian jika seseorang melanggar aturan tersebut, maka dia akan diberi sanksi tertentu dengan melalui kepala suku sebagai pengambil keputusan.

f. Dimensi solidaritas kelompok lokal

Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan bantuan orang lain dalam melakukan pekerjaannya, karena manusia tidak bisa hidup sendirian. Seperti halnya manusia bergotong-royong dalam menjaga lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan beberapa definisi kearifan lokal menurut para ahli maka dapat disimpulkan bahwa kearifan lokal adalah cara orang bersikap ataupun bertindak dalam menanggapi perubahan dalam lingkungan fisik maupun budaya. Pengetahuan lokal merupakan hasil dari proses antara individu dengan lingkungan ataupun respon individu dengan kondisi lingkungan. Pada tingkat individu kearifan lokal muncul sebagai akibat dari proses kerja

kognitif dalam upaya mengatur nilai-nilai yang dianggap sebagai pilihan paling tepat bagi mereka.

3. Kearifan Kota Palopo

Menurut Respati Wikantiyoso Kearifan (*Wisdom*) secara etimologi berarti kemampuan seseorang dalam menggunakan akal pikirnya untuk menyikapi sesuatu kejadian, objek atau situasi. Sedangkan lokal menunjukkan ruang interaksi dimana peristiwa atau situasi tersebut terjadi. Kearifan lokal merupakan perilaku positif manusia dalam berhubungan dengan alam dan lingkungan sekitarnya, yang dapat bersumber dari nilai agama adat istiadat, petuah nenek moyang atau budaya setempat, yang terbangun secara alamiah dalam suatu komunitas masyarakat untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya.³²

Definisi kearifan lokal tersebut, paling tidak menyiratkan beberapa konsep, yaitu:

- 1) Kearifan lokal adalah sebuah pengalaman panjang, yang diendapkan sebagai petunjuk perilaku seseorang;
- 2) Kearifan lokal tidak lepas dari lingkungan pemiliknya;
- 3) Kearifan lokal itu bersifat dinamis, lentur, terbuka, dan senantiasa menyesuaikan dengan zamannya.³³

Di Indonesia terdapat banyak kearifan lokal di bidang ekonomi yang telah diimplementasikan oleh masyarakat maupun upaya pengembangan

³²Respati Wikantiyoso, *Kearifan Lokal dalam Perencanaan dan Perancangan Kota untuk Mewujudkan Arsitektur Kota yang Berkelanjutan*, (Malang : Group Konservasi Arsitektur dan Kota, 2015), 45.

³³Rahyono, *Kearifan Lokal dalam Agama*, (Jakarta: PT. Grafindo, 2016), 89.

ekonomi Islam yang bisa dilakukan oleh lembaga keuangan syari'ah. Sebagai contoh dalam praktik bagi hasil. Praktik-praktik bagi hasil dalam komunitas-komunitas adat ditentukan oleh prinsip-prinsip ekonomi yang dianut masing-masing komunitas adat.³⁴

Tana luwu merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki warisan budaya yang tinggi. Sebuah kekayaan budaya yang bernama I La Galigo yang didaulat UNESCO sebagai *memory of the world* pada tahun 2012.³⁵ Nilai-nilai kehidupan yang dijunjung tinggi oleh masyarakat merupakan sebuah budaya yang lahir dari keluhuran nilai, kemuliaan sikap, dan keagungan tradisi masyarakat yang berjalan secara berkelanjutan dan mengakar. *Sipakatau*, *Sipakainge*, dan *Sipakalebbi* merupakan salah satu prinsip atau pegangan hidup yang saat ini dipegang erat dan diaplikasikan dalam bermasyarakat oleh masyarakat setempat yang apabila diartikan ke dalam bahasa Indonesia memiliki arti sikap saling menghormati, menghargai, saling menasehati, mengingatkan, dan saling memuliakan. Prinsip ini juga untuk membangun pendidikan karakter serta moral masyarakat setempat apalagi di tengah derasnya arus globalisasi.³⁶

Sipakatau, *Sipakainge*, dan *Sipakalebbi* adalah tiga nilai budaya lokal yang merupakan falsafah masyarakat Bugis:

³⁴Nur Kholidah, *Peranan Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Pada Era Revolusi Industri 4.0*, Majalah Neraca, (Pekalongan: STIE Muhammadiyah,t.t), 16.

³⁵Fahrul Rizal Rustam, “*Kearifan Lokal Luwu dalam Menyamai Generasi Anti Korupsi*”, (Redaksi Pos, 2023), 2.

³⁶Jazuli Mukhtar, “Integrasi Kegiatan Masyarakat Budaya Lokal dan Lembaga dalam Pendidikan Toleransi”, *Jurnal Hasil-hasil Penelitian* Vol.16 No.1 (2021), 22.

- a) *Sipakatau*: Artinya saling menghormati dan menghargai. Secara filosofis, Sipakatau dapat dimaknai sebagai sikap dalam memandang manusia atau memanusiakan orang.
- b) *Sipakainge*: Artinya saling mengingatkan.
- c) *Sipakalebbi*: Artinya saling memuliakan.

Ketiga nilai ini dikenal sebagai 3S dan merupakan kearifan lokal yang masih relevan hingga sekarang. Nilai-nilai ini digunakan untuk menjaga keharmonisan dalam kehidupan bermasyarakat dan memberikan pengaruh positif terhadap pembentukan kepribadian setiap individu.³⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Muh. Ufril Nur dengan judul *Implementasi Nilai Kearifan Lokal dan Nilai Islam dalam Berwirausaha di Kota Palopo*. Menunjukkan bahwa implementasi nilai-nilai kearifan lokal dalam berwirausaha di Kota Palopo tentunya harus di jalankan sesuai kebiasaan-kebiasaan dengan menerapkan *lempu'* (jujur), *warani* (berani), *getteng* (teguh pendirian), dan *sipakatau* (saling memanusiakan).³⁸

a. *Lempu'* (jujur)

Kejujuran merupakan salah satu kata kunci dalam kesuksesan seorang wirausaha. Suatu usaha tidak akan bisa berkembang sendiri tanpa ada kaitan dengan orang lain. Sementara kesuksesan dan kelanggengan

³⁷Citra Agus Amitra, Penerapan Komunikasi Budaya 3S (Sipakatau, Sipakalebbi, Sipakainge) dalam Pembinaan Lanjut Usia di Panti Sosial Tresna Werdha Gau Mabaji Kabupaten Gowa, *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 8 No. 1 Januari - Juni (2019), 222. Journal.unhas.ac.id/index.php/kareba

³⁸Muh. Ufril Nur, *Implementasi Nilai Kearifan Lokal dan Nilai Islam dalam Berwirausaha di Kota Palopo*, (Palopo: Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021), 84.

hubungan dengan orang lain atau pihak lain, sangat ditentukan oleh kejujuran kedua belah pihak.

b. *Warani* (berani)

Warani merupakan hal utama yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha sejati. Keberanian membuat pengusaha mantap dalam melangkah dan menghadapi kesulitan, sehingga bisa terus maju dan melakukan sesuatu yang berarti dalam bisnisnya.

c. *Getteng* (teguh pendirian)

Getteng merupakan selalu yakin atau konsisten dengan apa yang ia kerjakan atau lakukan, dan sebenarnya mempunyai konsep dan alasan yang kuat dalam melakukan sesuatu.

d. *Sipakatau* (saling memansiakan)

Sipakatau merupakan hal yang sangat penting diterapkan ketika melakukan suatu usaha di mana tentunya harus saling mengasihi dan menghargai kepada sesama yang melakukan usaha.³⁹

4. Pelayanan

Pelayanan menjadi sangat penting bagi setiap perusahaan untuk berkembang, termasuk pula kepada badan usaha perbankan karena pelayanan sangat berkaitan erat dengan sumber daya manusia di dalamnya. Banyak strategi dan cara yang digunakan perusahaan untuk membangun sumber daya manusianya agar dapat bekerja dan memperlakukan nasabah dengan baik. Pelayanan sering pula dijadikan acuan untuk mengukur kepuasan konsumen.

³⁹Muh. Ufril Nur, *Implementasi Nilai Kearifan Lokal...*, 72-76.

Pelayanan yang baik harus tanggap dan respon terhadap kritik, saran dan keluhan-keluhan konsumen. Tidak untuk menjadikan perusahaan mundur atau jatuh, tapi untuk lebih memotivasi perusahaan agar dapat bekerja lebih baik.⁴⁰ Sedangkan menurut Barata bahwa suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.⁴¹

Pelayanan juga dapat diartikan sebagai fungsi harapan nasabah pada prapembelian, pada proses penyediaan kualitas yang diterima dan pada kualitas output yang diterima. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti kinerja suatu jasa, yaitu perbandingan terhadap keandalan dalam service counter yang dilakukan oleh nasabah.

Terdapat lima dimensi dari pelayanan, yaitu :

- a. Keandalan (*reliability*), didefinisikan sebagai kemampuan untuk memberikan jasa sebagaimana yang dijanjikan secara akurat. Hal ini menyangkut memegang janji-janji seperti janji tentang pengiriman, harga, dan lain-lain.
- b. Daya tanggap (*resposiveness*), didefinisikan sebagai keinginan untuk membantu nasabah dan menyediakan pelayanan yang dibutuhkan. Dimensi ini menekankan perilaku personil jasa untuk lebih perhatian terhadap permintaan nasabah, pertanyaan, dan menanggapi keluhannya.

⁴⁰Jaka Atmaja, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas pada Bank BJB, *Jurnal Economica*, Vol.2 No.1 (2020), 53.

⁴¹Febi Silvia, *Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II*, (FIS, 2018), 10.

- c. Jaminan (*assurance*), didefinisikan sebagai dimensi kualitas pelayanan yang menitikberatkan pada kemampuan untuk menghargai kepercayaan dan kerahasiaan.
- d. Empati (*empathy*), adalah aspek pelayanan yang menekankan pelayanan nasabah sebagai seorang individu.
- e. Keterwujudan atau bukti fisik (*tangible*), adalah sebagai dimensi pelayanan yang menitikberatkan pada elemen-elemen yang mewakili pelayanan secara fisik.⁴²

Komponen kualitas layanan suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama, yaitu:

- a. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan, *Technical Quality* dapat dirincikan lagi menjadi:
 - 1) *Search Quality* adalah kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
 - 2) *Experience Quality* adalah kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa, misalnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kerapihan hasil.
 - 3) *Credence Quality* adalah kualitas yang vukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengonsumsi suatu jasa, misalnya kualitas operasi jantung.

⁴²Selamet Riyadi, “Strategi Manajemen Bank Syariah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah” (Jakarta : CV Literasi Nusantara Abadi, 2022), 31-34.

- b. *Functional Quality* adalah komponen yang berkaitan dengan cara penyampaian jasa.
- c. *Corporate image* yaitu profil, reputasi, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.⁴³

5. Kepuasan Nasabah (*Customer Satisfaction*)

Customer experience adalah sensasi atau pengetahuan yang di rasakan oleh pelanggan yang mana hasil dari elemen dan tingkat interaksi yang diciptakan oleh penyedia layanan. Sensasi yang diperoleh akan secara otomatis tersimpan dalam ingatan pelanggan. Perusahaan harus mampu memberi pengalaman yang baik sehingga mendorong respon pelanggan.⁴⁴ Kepuasan mengacu pada perasaan senang atau ketidakpuasan seseorang sebagai akibat dari membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk atau layanan.⁴⁵

Pada perusahaan kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan dilihat sebagai keberhasilan jangka panjang. Pelanggan memiliki pengaruh yang besar terhadap daya saing sehingga perusahaan perlu untuk memperhatikan kepuasan pelanggan.⁴⁶ Kepuasan nasabah saat ini telah

⁴³Nabila Bilqis Mumtaza, *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung di BRI Syariah*, (Kantor Kas Tulungagung, 2020), 44.

⁴⁴D.C. Simajuntak dan Purba, P. Y., Peran Mediasi *Customer Satisfaction* dalam Customer Experience dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 7, No 2, (2020), 3.

<https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/4795>

⁴⁵S. Pujiawati, dan Madiawati, P. N., Pengaruh Customer Experience, *Customer Satisfaction*, dan Brand Image terhadap *Customer Loyalty* pada Armor Kopi Bandung, *e-Proceeding Of Management: Vol.7 No.2*, (2020), 40.

<https://jitl.web.id/index.php/management/article/download/13469/13011/25743>

⁴⁶P. Suchanek, dan Kralova, M., Customer Satisfaction, Loyalty, Knowledge and Competitiveness In The Food Industry, *Economic Research Ekonomiska Istrazivanja*,(2019), 55. <https://ideas.repec.org/a/taf/roxx/v32y2019i1p1237-1255.html>

menjadi fokus perhatian oleh semua pihak termasuk pelaku bisnis, pemerintah, konsumen, dan sebagainya. Semakin baiknya pemahaman mereka terhadap konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di industri bisnis. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi para penyedia jasa karena nasabah akan menyebarkan rasa puasnya kepada calon nasabah sehingga akan menaikkan kualitas penyedia jasa.

Tse dan Wilton dalam Adrianto Widjaja menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya. Menurut Angel dalam Adrianto Widjaja mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan nasabah.⁴⁷

Menurut Kotler menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja atau hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah.⁴⁸ Jadi kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai ekspektasi dari seseorang terhadap sesuatu, baik barang ataupun jasa. Dengan membandingkan harapan sebelum melakukan pembelian atau menerima pelayanan dan keadaan setelah melakukan pembelian atau menerima

⁴⁷Adrianto Widjaja, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* 16, No.2, (2017), 108.

⁴⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2017), 233.

pelayanan, setelah membandingkan pelayanan awal dan akhir maka seorang individu akan menarik kesimpulan terhadap pelayanan atau pembelian tersebut seperti puas dan tidak puas.

Untuk memuaskan nasabah tentunya perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi. Menurut Irawan ada lima faktor yang mendukung kepuasan nasabah yaitu:

a. Kualitas produk

Nasabah akan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk, ternyata produk yang digunakan berkualitas. Ada beberapa elemen kualitas produk, yaitu: *Performance* (daya guna), *Durability* (daya tahan), *Feature* (keutamaan), *Reliability* (keandalan), *Costintency* (konsisten) dan *Design* (desain). Pelanggan akan merasa puas bila barang yang dibeli memenuhi beberapa kriteria seperti mempunyai daya guna, awet, produknya memiliki kelebihan dan juga desain produk yang menarik.

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah kunci kepuasan yang penting mereka mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

c. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah salah satu kunci utama bagi kepuasan nasabah setelah pelayanan, nasabah tidak hanya menilai dari produk atau jasa yang ditawarkan melainkan juga bagaimana pelayanan yang diperoleh. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka nasabah juga akan loyal.

d. Faktor emosional

Pelanggan yang merasa bangga dan yakin orang lain kagum terhadap dia apabila menggunakan produk atau jasa dengan *brand* tertentu cenderung akan memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi.

e. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan barang dan jasa

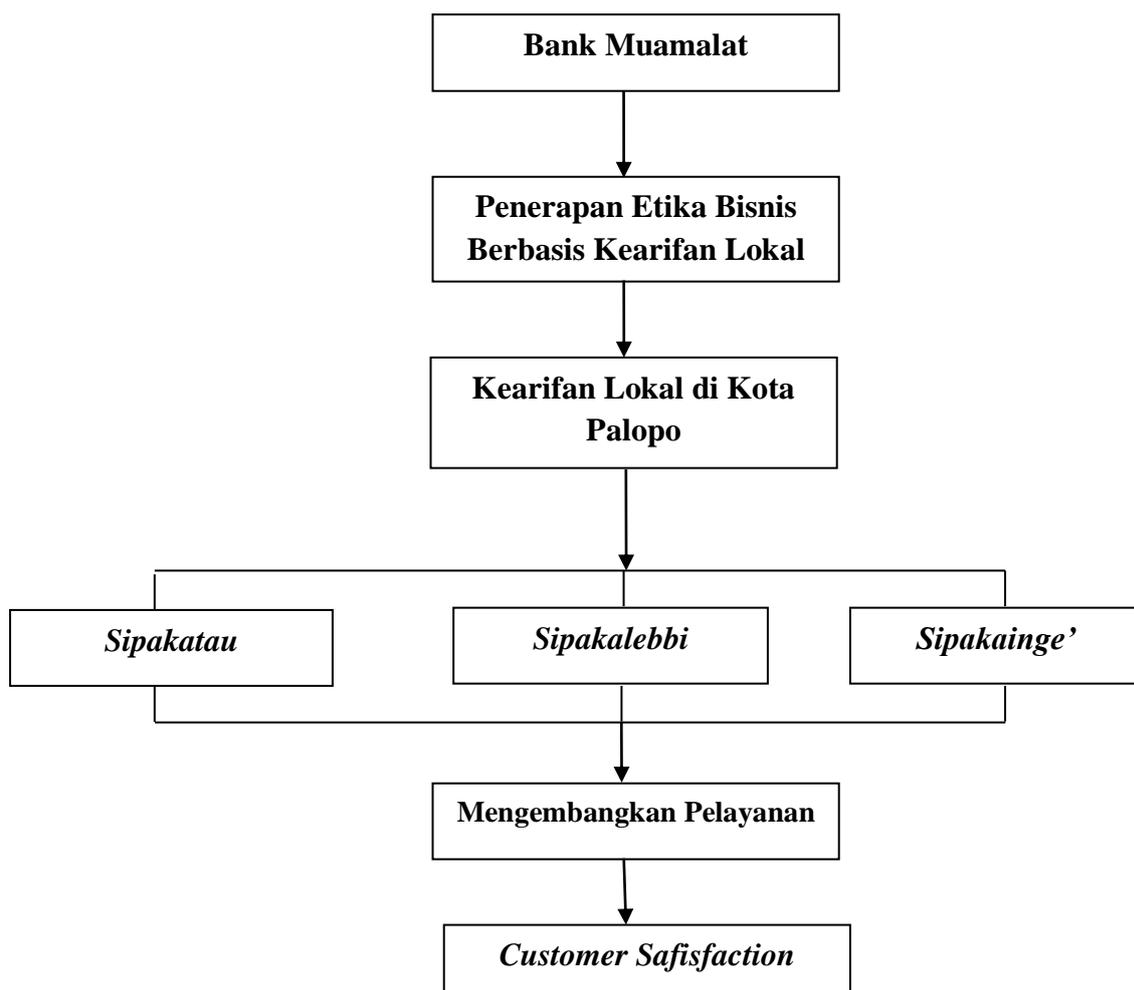
Pelanggan cenderung akan semakin puas apabila mudah dan efisien mendapatkan produk atau layanan. Hal ini karena nasabah tidak perlu membuang banyak waktu untuk mendapatkan hal yang diinginkan.⁴⁹

Dari kelima faktor tersebut memang memberikan pengaruh yang besar terhadap kepuasan nasabah, faktor-faktor yang mendukung kepuasan nasabah bukan hanya dalam faktor pelayanan saja, namun dalam berbagai faktor lain seperti harga, produk, dan juga berkenaan dengan efisiensi waktu. Sehingga faktor-faktor lain memiliki peran yang dapat mempengaruhinya.

⁴⁹Handi Irawan, *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Elexmedia Komputindo, 2018), 37-40.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan alat dalam menganalisis suatu konsep penelitian. Berdasarkan tinjauan penelitian terdahulu, kajian teori, dan permasalahan yang telah di paparkan, maka kerangka pikir penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Skema Kerangka Pikir

Dari kerangka pikir diatas dapat dipahami bahwa dalam penelitian ini penulis akan membahas bagaimana Bank Muamalat yang ada di Kota Palopo menerapkan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal dalam mengembangkan pelayanan kepada nasabah untuk menciptakan kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti bergerak sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan hasil penelitian menekan pada makna daripada generalisasi.¹

Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian diinterpretasikan. Peneliti biasanya menggunakan pendekatan naturalistik untuk memahami suatu fenomena tertentu.²

Adapun sifat penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.³ Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama yaitu untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifatsifat daerah tertentu. Menurut Erickson Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 19.

²Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 7.

³Abdul Hadi Asrori Rusman, *Penelitian Kualitatif Studi Fenomologi, Case Study, Grounded Theory, Biografi*, (Banyumas: CV. Pena Persada, 2021), 12.

naratif dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap fenomena Sosial disekitar.⁴ Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini disebut dengan penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini menggambarkan penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal dalam upaya mengembangkan pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP. Palopo.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat KCP. Palopo. Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari hingga Februari 2024. Adapun latar budaya Kota Palopo yang kuat menjadikan kota ini sesuai dalam penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

C. Sumber Data

Sumber data yang dilakukan oleh peneliti untuk menemukan informasi atau jawaban atas objek yang diteliti adalah mengumpulkan data dari lokasi atau instansi yang hendak di teliti, karena data merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi jawaban atas apa yang di teliti. Sumber data dalam penelitian ini ada dua, yaitu penelitian primer dan sekunder sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh berdasarkan interaksi langsung antara peneliti dan pihak-pihak yang terkait. Teknik pengumpulan data primer yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi di lapangan. Adapun dalam

⁴Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian...*, 7.

penelitian ini bersumber dari informan penelitian yaitu staf atau pegawai yang ada di Bank Muamalat, pimpinan Bank Muamalat dan nasabah bank.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber tercetak yang dimana data tersebut sudah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya. Sumber data sekunder yaitu, buku, jurnal, internet, tulisan, gambar, audio, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁵

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu dengan observasi, wawancara, dan studi kepustakaan.⁶

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis, dan keasihannya.⁷ Observasi merupakan salah satu metode pengamatan mengenai suatu fenomena yang tengah terjadi pada objek penelitian. Proses pengamatan ini dapat dilakukan dengan mengambil gambar, mengambil rekaman suara dan lain sebagainya. Proses pengamatan ini dilakukan secara langsung dilokasi penelitian dengan objek yang akan diteliti.

⁵Afifuddin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018), 44.

⁶ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi Revisi* (Bandung: Pustaka Setia, 2017), 23.

⁷ Hardani, *Metodologi penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (CV. Pustaka Ilmu, 2020), 60.

2. Wawancara

Interview atau wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data secara langsung dengan objek yang akan diteliti untuk memperoleh informasi dari para informan secara tatap muka atau secara langsung.⁸

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengambilan data yang didapat melalui dokumen-dokumen. Dokumentasi dapat berupa bukti fisik atau foto kegiatan-kegiatan selama proses penelitian berlangsung, salah satunya adalah dokumentasi ketika wawancara. Sehingga dengan adanya dokumentasi tersebut dapat menguatkan keabsahan data yang didapat dalam proses penelitian. Sehingga dapat menjadi jaminan tidak adanya rekayasa dalam penelitian.

E. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen adalah peneliti itu sendiri, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, dimana peneliti menjadi *human instrumen* yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan, membuat pedoman wawancara, membuat dokumentasi, dan membuat kesimpulan.

F. Pemeriksaan Keabsahan Data

Penelitian kualitatif, instrumen utamanya adalah manusia karena yang diperiksa adalah keabsahan datanya. Untuk menguji keabsahan data penulis menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan menurut sumber yakni mengecek, menyaring data yang dikumpulkan dengan berbagai metode.

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, 44.

Triangulasi dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data yang ada, triangulasi dalam penelitian ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari informan penelitian diragukan kebenarannya, jika data yang diperoleh sudah jelas triangulasi tidak perlu dilakukan. Triangulasi sendiri dibagi menjadi 3 yaitu: triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

1. Triangulasi Sumber

Peneliti menggunakan triangulasi sumber terhadap penelitian ini yakni dengan mengecek data yang telah diperoleh dari berbagai sumber, selanjutnya dianalisis sehingga hasilnya sesuai berdasarkan data yang diperoleh.

2. Triangulasi Teknik

Digunakan untuk menguji kredibilitas data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Data yang diperoleh dari wawancara dicek melalui dokumen yang diperoleh dari wawancara dengan narasumber.

3. Triangulasi Waktu

Pengujian kredibilitas data yang dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat dengan mudah dipahami, dan tentunya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif

dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai mengumpulkan data dalam periode tertentu.⁹

Terdapat 3 alur yang terjadi dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

1. Reduksi Data (*Reduction Data*)

Pada penelitian sekarang mulai mengumpulkan informasi melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi sebelumnya. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif...*, 8.

bersifat naratif. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa, grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart*.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusions Drawing*)

Data diperiksa dan diselaraskan dengan teori pada langkah ini. Data yang dikumpulkan akan dicocokkan dengan data yang lain untuk mencapai konsensus mengenai objek yang diamati. Untuk dapat mengkomunikasikan temuan baru melalui deskripsi dari hal-hal yang sudah ada, diperlukan penelitian kualitatif.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.¹⁰

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif...*, 27.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat Bank Muamalat

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk di dirikan pada 24 *Rabius Tsani* 1412 H atau 1 November 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia. Bank Muamalat memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim.

Berdasarkan Akta No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 H, dibuat di hadapan Yudo Paripurno, S.H., Notaris, di Jakarta, PT Bank Muamalat Indonesia Tbk selanjutnya disebut “Bank Muamalat Indonesia” atau “BMI” berdiri dengan nama PT Bank Muamalat Indonesia. Akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 Tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 Tambahan No. 1919A.

Dua tahun setelahnya, tepatnya pada pada 27 Oktober 1994, BMI memperoleh izin sebagai Bank Devisa setelah setahun sebelumnya terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Selanjutnya, pada 2003, BMI dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan menjadi lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut membawa penegasan bagi posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.¹

Seiring kepastian bank yang semakin diakui, bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia, Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang menunjukkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, bank telah memiliki 278 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 ATM Muamalat 120.000 jaringan ATM bersama dan ATM prima, 103 mobil kas keliling (mobile branch) serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment (MEPS).

Sedangkan jumlah BPRS (Bank Pengkreditan Rakyat Syariah) sudah mencapai 86 unit dan masih akan bertambah. Ditahun-tahun mendatang, jumlah PT. Bank Muamalat ini akan terus meningkat seiring dengan masuknya pemain-pemain baru sampai sekarang. Pendirian PT. Bank Muamalat di Kota Palopo pada tanggal 25 bulan Oktober tahun 2005 yang didukung oleh masyarakat dan pemerintah setempat. Hingga kini PT. Bank

¹Bank Muamalat Indonesia, “*Profil Bank Muamalat*”, diakses pada tanggal 30 Mei 2024. <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat>

Muamalat di Kota Palopo, beroperasi dengan nasabah penabung kurang lebih 13.000 orang nasabah yang semakin hari semakin meningkat. Pendirian PT. Bank Muamalat di Kota Palopo merupakan bagian dari upaya pengembangan lembaga keuangan dengan prinsip Syariah di Indonesia sebagai yang telah digagas oleh Majelis Ulama Indonesia. Kota Palopo merupakan salah satu kota besar di Sulawesi Selatan sekaligus pusat Kota Palopo. Penduduk mayoritas beragama Islam, sekaligus memiliki potensi ekonomi yang besar, hal ini yang mendasari berdirinya Bank Muamalat di Kota Palopo.²

Sebelum Bank Muamalat dibangun di Kota Palopo pihak bank mengadakan observasi dan mengamati tentang kelayakan pembangunan tersebut mulai sejak tahun 2000, setelah dilakukan pengamatan dengan baik, maka dilakukan permohonan izin kepada Bank Indonesia (BI) dan pemerintah setempat hingga pada akhirnya pada tahun 2004 barulah ada persetujuan dari pemerintah setempat, setelah itu dilakukan uji kelayakan dengan berbagai cara. Kemudian Kota Palopo dinyatakan bahwa layak didirikan Bank Muamalat. Pada tahun 2005 tanggal 25 Oktober Bank Muamalat Cabang Kota Palopo resmi beroperasi.

Bank Muamalat yang ada di Sulawesi Selatan hanya ada dua yaitu dikota Makassar dan di Kota Palopo. Kota Palopo merupakan kota kedua setelah makassar yang menjadi prioritas pendirian bank muamalat. Bank

²Muhammad Idil Yasin, *Financial Technology: Terobosan Baru Bank Muamalat KCP. Palopo dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan*, Skripsi, (Palopo: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2022), 43.

Muamalat didirikan dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam, di dalam menjalankan fungsinya sebagai pelayanan sistem perbankan syariah.³

Bank Muamalat menjalankan fungsinya yang sama dengan perbankan konvensional, yaitu sebagai lembaga intermediasi (penyaluran) dari nasabah pemilik dana (*sahibul mal*) dengan nasabah yang membutuhkan dana. Kehadiran Bank Muamalat Cabang Palopo merupakan salah satu solusi untuk menambah nasabah dan kepercayaan terhadap kegiatan perbankan khususnya di Palopo. Bank Muamalat merupakan salah satu perbankan yang berlandaskan sistem perekonomian Islam. Lembaga-lembaga keuangan yang berbasis syariah sebagai salah satu tonggak penting dalam pengembangan ekonomi Islam. Tujuan utama keberadaan Bank Muamalat Cabang Palopo adalah sebagai lembaga dakwah dan sebagai lembaga penghimpun dana dan meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Kota Palopo, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional, meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha, meningkatkan kesempatan kerja, mengembangkan lembaga bank dan sistem perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan.

Bank Muamalat Cabang Palopo tidak hanya menerima nasabah kaum muslim saja tetapi juga mendapat kepercayaan dari pihak non muslim untuk menjadi nasabah Bank Muamalat. Karena Islam sebagai agama *rahmatanlil'alam*, yaitu membawa rahmat bagi seluruh alam. Untuk

³Aprianti Wahyu Ningsih, *Analisis Kinerja Bank Muamalat Palopo Menggunakan Malcolm Baldrige*, Skripsi, (Palopo: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021), 41.

mengetahui letak geografis Bank Muamalat Cabang Palopo penulis mencoba menguraikannya walaupun tidak secara mendetail, dilihat dari letak geografis Bank Muamalat Cabang Palopo terletak di Jl. Jendral Sudirman. Bank Muamalat ini mudah di jangkau karena akses ke Bank Muamalat Cabang Palopo ini mudah dengan jasa angkutan umum seperti ojek, becak dan angkutan lainnya dapat membantu masyarakat untuk sampai ke Bank Muamalat Cabang Palopo, kondisi Bank Muamalat Cabang Palopo ini hasil dari observasi dan pengamatan bahwa Bank Muamalat Cabang Palopo ini berada dilokasi yang sangat strategis.⁴

b. Visi dan Misi Bank Muamalat

Adapun visi dan misi Bank Muamalat yaitu sebagai berikut:

1) Visi:

“Menjadikan Bank Syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual dan dikagumi di pasar rasional.”

2) Misi

“Menjadikan lembaga keuangan Syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen, dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi orang-orang yang memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan (*stekholders*).”⁵

c. Alamat Bank Muamalat KCP. Palopo

⁴Aprianti Wahyu Ningsih, *Analisis Kinerja Bank Muamalat Palopo....*, 41-42.

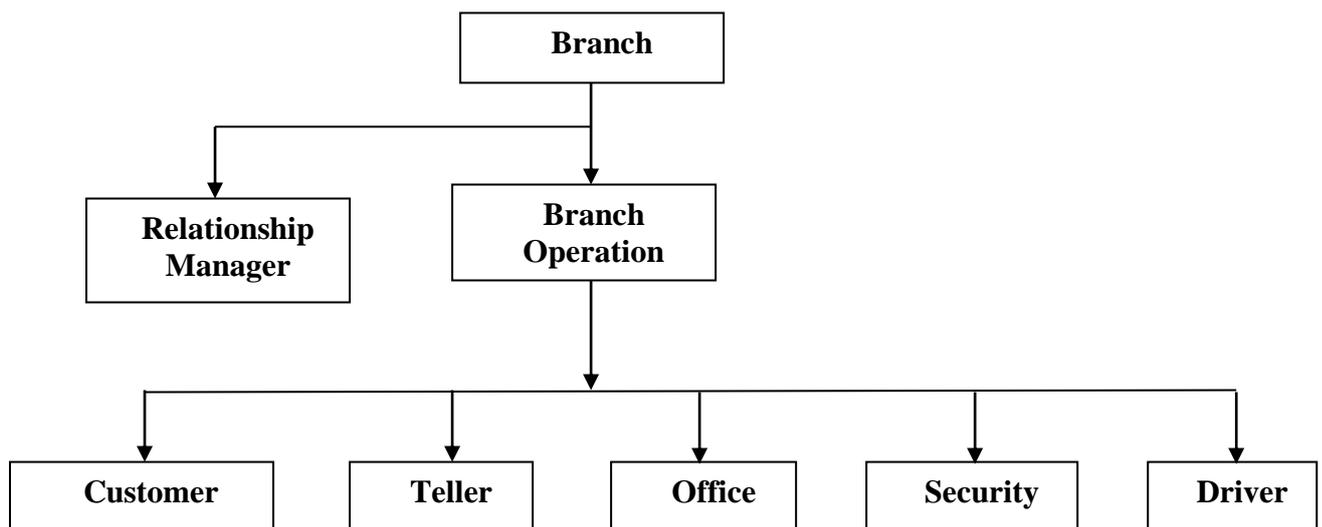
⁵Muhammad Idil Yasin, *Financial Technology: Terobosan Baru Bank Muamalat....*, 44.

Kantor KCP. Bank Muamalat di daerah Kota Palopo, provinsi Sulawesi Selatan. Merupakan salah satu kantor KCP. Bank Muamalat. Kantor ini melayani nasabah untuk berbagai kebutuhan terkait produk Bank Muamalat seperti pengajuan kredit dan pinjaman, setor tunai, simpanan, pembuatan akun bank, pengajuan kredit pemilikan rumah atau KPR. Bank Muamalat KCP. Palopo terletak di JL. Andi Djemma No. 53, Amasangan, Wara, Kota Palopo, Sulawesi Selatan, Indonesia.

d. Struktur Organisasi

Struktur organisasi perusahaan dibuat agar karyawan dapat melaksanakan tugas dan wewenang dengan baik dan bertanggungjawab.

Adapun struktur organisasi Bank Muamalat Cabang Palopo sebagai berikut:



Gambar 2. Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP. Palopo

Berikut ini bidang usaha atau bagian dari bank muamalat cabang pembantu palopo :

1) Pimpinan Cabang (*Branch*)

Struktur tertinggi di kantor cabang yang bertanggung jawab atau keseluruhan berjalanya sistem operasional perbankan di level kantor cabang dan membawahi keseluruhan manager, baik bisnis maupun operasional.

2) *Relationship Manager Funding*

Mencapai target *funding* yang telah ditetapkan. Pengumpulan data potensial daerah dan potensial pasar, memberikan pelayanan prima kepada nasabah utama, memasarkan produk dan jasa pelayanan Bank Muamalat Indonesia, melakukan seluruh aktivitas promosi atau sosialisasi produk.

3) *Supervisor*

Bertanggung jawab melakukan *supervisor* terhadap proses pembiayaan baik dari aspek penilaian jaminan, aspek yuridis atau legal, pengadministrasian dan pelaporan. Membina atau melatih teller dan *customer service* dalam melakukan sosialisasi kepada teller dan *customer service* pihak terikat lainnya dalam rangka implementasi kebijakan dan aturan yang berlaku untuk setiap layanan front office dikantor.

4) *Customer*

Fungsi seorang *costumer service* menjadi bagian terdepan dalam menerima tamu (pelanggan) yang memiliki masalah-masalah mengenai produk perusahaan. *Costumer service* menjadi pendengar dan melayani dengan baik dan ramah setiap pertanyaan, aduan, dan permintaan pelanggan dengan baik serta memberikan solusi atas masalah-masalah pelanggan. *Costumer service* selalu menjaga hubungan baik dengan

pelanggan, klien atau nasabahnya. Semua proses pelayanan dari awal hingga akhir menjadi tanggung jawab dan tugas *customer service*.

5) *Teller*

Teller bertugas melayani nasabah untuk transaksi setor dan penarikan tunai dan non tunai serta transaksi lainnya sesuai aturan dan yang telah ditetapkan untuk mencapai *service excellent* implementasi fungsi *service provider*, memberikan dukungan kepada *supervisor* layanan, *operation manager*, pimpinan cabang dan lain-lain.

6) *Office*

Area financing officer melakukan *review* pembiayaan, mencermati setiap pengajuan pembiayaan untuk diajukan ke komite kantor pusat.

7) *Security*

Menjaga keamanan fisik dan perlindungan aset bank. Satpam harus melakukan patroli rutin di area bank untuk mencegah tindakan kriminal seperti pencurian, perampokan, atau vandalisme. Tugas keamanan (*security*) di bank mencakup berbagai tanggung jawab yang vital untuk melindungi aset, karyawan, dan nasabah bank dari berbagai ancaman.

8) *Driver*

Mengantar karyawan kantor cabang pembantu yang ingin melakukan perjalanan yang berhubungan dengan kegiatan operasional perbankan dan juga merawat kendaraan operasional tersebut.

2. Analisis Data

a. Penerapan Etika Bisnis yang Berbasis Kearifan Lokal

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.⁶ Etika bisnis dalam Islam mengajarkan bahwa laba yang diperbolehkan harus sesuai dengan hukum nasional maupun syariah yang berlaku, serta tingkat laba tidak menjurus pada eksploitasi, gangguan fungsi pasar dan kejahatan sehingga penetapan harga yang berlebihan dapat merugikan masyarakat dan hal tersebut tidak diperkenankan.⁷

Sementara kearifan lokal dapat dipahami sebagai pandangan hidup suatu masyarakat di wilayah tertentu mengenai lingkungan alam tempat mereka tinggal, pandangan yang dimaksud biasanya adalah pandangan hidup yang sudah berurat akar menjadi kepercayaan orang-orang di wilayah tersebut selama puluhan bahkan ratusan tahun yang lalu.⁸ Untuk mempertahankan kearifan lokal tersebut, para orang tua dari generasi sebelumnya, dan lebih tua akan mewariskannya kepada anak-anak mereka dan begitu seterusnya. Mengingat kearifan lokal adalah pemikiran yang sudah lama dan berusia puluhan tahun, maka kearifan lokal yang ada pada suatu daerah jadi begitu melekat dan sulit untuk dipisahkan dari masyarakat yang hidup di wilayah tersebut.

⁶M. Ikhsan Purnama, "Peran Etika Bisnis Islam...", 10.

⁷Alfrida, Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Perbankan Syariah..., 11.

⁸M. Hardi, *Sosial Budaya Kearifan Lokal...*,

Menurut Sedyawati, kearifan lokal dapat diartikan sebagai kearifan dalam budaya tradisional suku-suku bangsa. Kearifan dalam arti luas tidak hanya berupa norma dan nilai budaya melainkan juga sebagai unsur gagasan termasuk yang berimplikasi pada teknologi, penanganan kesehatan, dan estetika.⁹ Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada pegawai Bank Muamalat KCP. Kota Palopo dan nasabahnya. Seperti wawancara peneliti kepada Bapak Adila David yang menjabat sebagai *Relationship Manager* (RM) di Bank Muamalat KCP. Palopo, yaitu sebagai berikut:

“Iya, etika dalam bisnis itu seperti harus jujur, tidak merugikan orang lain. Sedangkan etika bisnis dalam Islam, seperti ketika menjual barang harganya tidak terlalu berlebihan sehingga merugikan masyarakat. Memang ada hubungan yang signifikan antara etika dalam berbisnis dan etika berbisnis dalam Islam, sebab seorang Muslim yang faham tentang ekonomi syariah akan bersikap jujur dalam berbisnis. Sebab itulah yang di contohkan Nabi, yang jadi etika berbisnis dalam Islam. Kemudian seorang yang berbisnis dengan cara Islam, pembeli tidak akan dirugikan baik itu karena harganya yang mahal atau dengan kecurangan penjualnya. Bentuk pembiayaan di Bank Muamalat Kota Palopo terfokus kepada akad murabahah yaitu di dalam akadnya sudah jelas keuntungan yang di dapatkan oleh kedua belah pihak. Kearifan lokal yang diterapkan adalah sistem bagi hasil. Sehingga akadnya sudah jelas keuntungan yang didapatkan oleh kedua belah pihak. Ada nilai kearifan lokal yang cukup familiar di masyarakat Sulawesi Selatan, yaitu *sipakatau*, *sipakainge*, dan *sipakalebbi*. Nilai-nilai ini ketika diterapkan dalam etika bisnis akan sangat menarik, seperti bersikap ramah kepada nasabah, memberikan pelayanan terbaik. Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi penurunan pendapatan setelah distribusi bagi hasil, yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti penurunan pendapatan berbasis komisi dan penurunan pendapatan non-bunga. Namun, pendapatan dari penyaluran dana tumbuh 18,53% menjadi Rp.526,58 miliar pada kuartal I/2024.”¹⁰

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Adila David di atas, beliau mengatakan bahwa harus jujur, tidak merugikan orang lain adalah bagian dari

⁹ Edy Sedyawati, *Budaya Indonesia, Kajian Arkeologi, Seni, dan Sejarah...*, 382.

¹⁰ Adila David, sebagai Relationship Manager Bank Muamalat KCP. Kota Palopo, *Wawancara*, pada tanggal 20 Mei 2024.

etika bisnis yang harus dipegangi oleh setiap muslim. Begitu juga ketika menjual barang, harganya tidak terlalu berlebihan sehingga dapat merugikan masyarakat. Sebab itulah yang di contohkan Nabi, yang jadi etika berbisnis dalam Islam. Kemudian ada nilai kearifan lokal yang cukup familiar di masyarakat Sulawesi Selatan, yaitu *sipakatau*, *sipakainge*, dan *sipakalebbi*. Nilai-nilai ini ketika diterapkan dalam etika bisnis akan sangat menarik, seperti bersikap ramah kepada nasabah dan memberikan pelayanan terbaik.

Hal yang sama juga dikatakan oleh Shella., selaku Costumer Service Bank Muamalat KCP. Palopo sebagai berikut:

“Etika dalam bisnis itu harus mencerminkan bisnis Islam, tidak berbohong, tidak merugikan orang lain, jujur. Ada hubungannya antara etika dalam berbisnis dan etika berbisnis dalam Islam, jika orang Islam harus mencontohkan Nabi Saw dalam berbisnis, misalnya jujur, amanah. Dalam upaya meningkatkan kinerja, Bank Muamalat terus meningkatkan penerapan etika bisnis Islam dan kearifan lokal dalam operasionalnya. Yaitu seperti kesadaran, kejujuran, dan keramahan, serta cara-cara berinteraksi yang ramah dan profesional. Penerapan etika bisnis ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah melalui beberapa cara, seperti kualitas pelayanan, komitmen pegawai, dan kepuasan nasabah sendiri.”¹¹

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Shella di atas, beliau mengatakan bahwa Etika dalam bisnis itu harus mencerminkan bisnis Islam, tidak berbohong, tidak merugikan orang lain, jujur. Dalam upaya meningkatkan kinerja, Bank Syariah terus meningkatkan penerapan etika bisnis Islam dan kearifan lokal dalam operasionalnya. Seperti kesadaran, kejujuran, dan keramahan, serta cara-cara berinteraksi yang ramah dan profesional. Penerapan etika bisnis ini diharapkan

¹¹Shella, sebagai Costumer Service Bank Muamalat KCP. Kota Palopo, *Wawancara*, pada tanggal 20 Mei 2024.

dapat meningkatkan kepuasan nasabah melalui beberapa cara, seperti kualitas pelayanan, komitmen pegawai, dan kepuasan nasabah sendiri.

Begitu juga yang dikatakan oleh Andi Faizah selaku sebagai Teller Bank Muamalat KCP. Palopo sebagai berikut:

“Iya setahu saya etika dalam bisnis itu yang baik harus sesuai dengan etika bisnis Islam, dengan tidak berbohong, jujur, amanah. Sehingga tidak merugikan orang lain. Kita untung orang juga untung, begitu konsepnya kira-kira. Nah etika bisnis yang berbasis kearifan lokal seperti menggunakan sistem bagi hasil sehingga saling menguntungkan. Sedangkan untuk pegawai seperti perlu melakukan kejujuran, dan keramahan kepada nasabah, sehingga cara seperti diharapkan mampu meningkatkan kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanannya.”¹²

Berdasarkan wawancara dengan Andi Faizah di atas, beliau mengatakan bahwa etika dalam bisnis itu yang baik harus sesuai dengan etika bisnis Islam, dengan tidak berbohong, jujur, dan amanah. Sehingga tidak merugikan orang lain. Etika bisnis yang berbasis kearifan lokal seperti menggunakan sistem bagi hasil sehingga saling menguntungkan. Sedangkan untuk pegawai seperti perlu melakukan kejujuran, dan keramahan kepada nasabah, sehingga cara seperti ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanannya.

Hal yang senada disampaikan oleh Siti Amalia selaku sebagai nasabah Bank Muamalat KCP. Palopo sebagai berikut:

“Iya dalam melakukan bisnis harusnya menerapkan etika Islam, seperti tidak berbohong, harus jujur, menepati janji. Saya kira pelayanan pegawai bank dengan ramah kepada nasabah, adalah hal yang terpenting untuk diterapkan, sehingga nasabah juga merasa nyaman dan puas terhadap pelayanannya bank. Untuk kearifan lokal menurutku, budaya

¹²Andi Faizah, sebagai Teller Bank Muamalat KCP. Kota Palopo, *Wawancara*, pada tanggal 20 Mei 2024.

seperti senyum kepada nasabah ini bagian dari itu. Dan pastinya nasabah akan merasa nyaman kalau pelayanannya seperti itu.”¹³

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal pada Bank Muamalat KCP. Palopo sudah diterapkan dengan baik. Dalam upaya meningkatkan kinerja, Bank Muamalat terus meningkatkan penerapan etika bisnis Islam dan kearifan lokal dalam operasionalnya. Yaitu seperti kesadaran, kejujuran, dan keramahan, serta cara-cara berinteraksi yang ramah dan profesional. Penerapan etika bisnis ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah melalui beberapa cara, seperti kualitas pelayanan, komitmen pegawai, dan menjadi kepuasan bagi nasabah.

Kombinasi antara penerapan etika Islam dan nilai-nilai budaya lokal menciptakan pengalaman yang berbeda dan istimewa bagi nasabah. Nasabah merasa bahwa pelayanan yang berbasis nilai-nilai ini membuat nasabah tidak hanya puas tetapi juga percaya untuk terus menggunakan layanan Bank Muamalat. Tidak hanya itu, sebagai nasabah, merasa lebih dihargai dan dianggap sebagai bagian dari komunitas bank, bukan sekadar pelanggan biasa.

Pelayanan yang ramah oleh pegawai bank diidentifikasi sebagai aspek yang sangat penting. Sikap ramah ini menciptakan rasa nyaman dan kepuasan bagi nasabah, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek interpersonal menjadi elemen kunci dalam interaksi bisnis, terutama dalam industri yang berbasis layanan seperti perbankan. Kombinasi penerapan etika Islam, pelayanan ramah, dan penghargaan terhadap

¹³Siti Amalia, sebagai Nasabah Bank Muamalat KCP. Kota Palopo, *Wawancara*, pada tanggal 21 Mei 2024.

kearifan lokal dianggap sebagai faktor utama yang meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah. Dengan menciptakan lingkungan pelayanan yang berbasis nilai-nilai ini, bank dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan nasabahnya.

Bank Muamalat KCP. Palopo selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang ramah dan efektif kepada nasabahnya. Dalam hal ini, pegawai bank menggunakan kearifan lokal untuk memahami dan memenuhi kebutuhan nasabah. Misalnya, pegawai bank dapat menggunakan pengetahuan tentang budaya dan tradisi setempat untuk memberikan layanan yang lebih sesuai dan efektif. Dengan demikian, penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal pada Bank Muamalat KCP. Palopo dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Kearifan lokal dapat membantu pegawai bank memahami kebutuhan dan harapan nasabah, serta memberikan kontribusi yang lebih efektif dalam memajukan masyarakat dan perekonomian setempat.

b. Faktor Pendukung dan Hambatan Penerapan Etika Bisnis yang Berbasis Kearifan Lokal

Penerapan Etika Bisnis Islam karyawan Bank Muamalat KCP. Palopo tentunya tidak terlepas dan faktor pendukung dan faktor penghambat. Dengan adanya etika bisnis yang baik secara otomatis bisnis tersebut akan lebih mudah berkembang. Dalam penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal tentunya ada faktor pendukung agar etika bisnis pada Bank Muamalat KCP. Palopo dapat terimplementasikan dengan baik. Adapun faktor pendukung dan penghambat yang

disampaikan oleh Bapak Adila David selaku *Relationship Manager* sebagai berikut:

“Dalam penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal memang tidak selalu mulus, akan mengalami kendala seperti ada karyawan yang pendidikannya bukan berasal dari syariah. Sehingga untuk meningkatkan kualitas, tetap diberikan pelatihan dan pemahaman mengenai hal itu. Kemudian faktor pendukung sendiri, masyarakat Kota Palopo sendiri orangnya ramah, sehingga pelayanan yang diberikan juga harus lebih dari itu. Kami harapkan dengan keramahan yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan nasabah.”¹⁴

Hal yang senada juga disampaikan oleh Shella., selaku *Costumer Service* Bank Muamalat KCP. Kota Palopo sebagai berikut:

“Adapun faktor pendukung penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal seperti budaya masyarakat Kota Palopo yang murah senyum. Saya rasa keramahan seperti ini sudah menjadi budaya lokal masyarakat di sini. Sehingga Bank Mualamat menerapkan etika bisnis ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah melalui beberapa cara, seperti kualitas pelayanan, komitmen pegawai, dan kepuasan nasabah sendiri.”¹⁵

Hal yang sama disampaikan oleh Siti Amalia selaku sebagai nasabah Bank Muamalat KCP. Kota Palopo sebagai berikut:

“Iya saya sebagai nasabah merasa setuju dengan hal itu, menurutku, budaya seperti senyum kepada nasabah ini dapat meningkatkan kepuasan nasabah sendiri. Juga pelayanannya semakin ditingkatkan sehingga nasabah puas.”¹⁶

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung dan hambatan penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal pada Bank Muamalat KCP. Kota Palopo seperti ada beberapa karyawan bank pendidikannya bukan berlatar belakang dari syariah, sehingga kesulitan untuk

¹⁴Adila David, sebagai *Relationship Manager* Bank Muamalat KCP. Kota Palopo, *Wawancara*, pada tanggal 20 Mei 2024.

¹⁵Shella, sebagai *Costumer Service* Bank Muamalat KCP. Kota Palopo, *Wawancara*, pada tanggal 20 Mei 2024.

¹⁶Siti Amalia, sebagai Nasabah Bank Muamalat KCP. Kota Palopo, *Wawancara*, pada tanggal 21 Mei 2024.

memahami tentang etika bisnis Islam. Sehingga untuk meningkat kualitas, tetap diberikan pelatihan dan pemahaman mengenai hal itu. Kemudian faktor pendukungnya, masyarakat Kota Palopo bersikap ramah dan murah senyum. Kearifan lokal dapat membantu pegawai bank memahami kebutuhan dan harapan nasabah, sehingga dapat memberikan layanan yang lebih sesuai dan efektif. Dalam hal ini, pegawai bank dapat menggunakan pengetahuan tentang budaya dan tradisi setempat untuk memberikan pelayanan yang lebih ramah dan efektif.

Dengan demikian, penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal pada Bank Muamalat KCP. Palopo memiliki beberapa faktor pendukung dan hambatan yang perlu dipertimbangkan. Kearifan lokal dapat membantu pegawai bank memahami kebutuhan dan harapan nasabah, serta memberikan kontribusi yang lebih efektif dalam memajukan masyarakat dan perekonomian. Namun, kurangnya kesadaran, kurangnya standar, kurangnya kualitas moral, dan kenaikan bahan baku dapat menjadi hambatan dalam penerapannya.

B. Pembahasan

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.¹⁷ Sedangkan kearifan lokal sebagai bentuk kearifan juga cara sikap terhadap lingkungan yang ada dalam kehidupan bermasyarakat di suatu tempat atau daerah. Mereka juga menegaskan bahwa

¹⁷M. Ikhsan Purnama, "Pearan Etika Bisnis Islam pada Industri Rumahan Sebagai Pedoman Usaha"..., 10.

kearifan lokal adalah semua bentuk pengetahuan, keyakinan, pemahaman, atau gagasan, serta adat kebiasaan atau etika yang menuntun perilaku manusia dalam kehidupan di dalam komunitas ekologis.¹⁸

Di Indonesia terdapat banyak kearifan lokal di bidang ekonomi yang telah diimplementasikan oleh masyarakat maupun upaya pengembangan ekonomi Islam yang bisa dilakukan oleh lembaga keuangan syari'ah. Sebagai contoh dalam praktik bagi hasil. Praktik-praktik bagi hasil dalam komunitas-komunitas adat ditentukan oleh prinsip-prinsip ekonomi yang dianut masing-masing komunitas adat.¹⁹ Penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal dalam upaya meningkatkan *customer satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo telah melakukan etika bisnis dalam aktifitasnya. Suatu kegiatan yang terencana dari pihak manajemen untuk mencapai tujuan utamanya, yaitu menciptakan rasa puas kepada nasabah terhadap pelayanan serta sistem operasionalnya dari implementasi etika bisnis Islam.

Penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal pada Bank Muamalat KCP. Palopo adalah langkah yang strategis dan bermakna bagi kedua belah pihak, baik bagi bank itu sendiri maupun masyarakat lokal. Dengan memperhatikan nilai-nilai, kebutuhan, dan dinamika lokal, bank dapat memperkuat hubungan dengan komunitasnya dan memberikan kontribusi yang signifikan pada pembangunan ekonomi dan sosial di Kota Palopo. Melalui penyesuaian produk dan layanan, Bank Syariah dapat memberikan solusi keuangan yang lebih relevan

¹⁸Agus Wibowo, *Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal di Sekolah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*,..., 16-18.

¹⁹Nur Kholidah, *Peranan Kearifan Lokal dalam Pengembangan Ekonomi Syariah pada Era Revolusi Industri 4.0*..., 16.

dan bermanfaat bagi masyarakat, sekaligus memperkuat citra bank sebagai mitra yang peduli dan responsif terhadap kebutuhan lokal. Dukungan finansial kepada UMKM dan program pemberdayaan ekonomi lokal lainnya tidak hanya membantu pelaku usaha untuk berkembang, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Kota Palopo.

Kultur ekonomi masyarakat Indonesia di pedesaan dikenal beberapa istilah seperti *paroan*, *prapatan*, dan *pertelon*. Terminologi tersebut tidak hanya menyemangati bagaimana aktivitas ekonomi yang sudah lama mengakar di masyarakat, yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip bagi hasil sebagaimana dipraktikkan di bank syariah. Sebab, sejak puluhan tahun silam, masyarakat pedesaan cenderung menerapkan bagi hasil meski tanpa mengistilahkannya secara resmi. Pola bagi hasil yang telah lama tumbuh di masyarakat, sebenarnya mengarah pada penciptaan keadilan dan memberikan keseimbangan terhadap pelaku ekonomi (*economic users*) dengan lingkungannya. Bahkan tidak hanya itu, pola bagi hasil juga menyimpan semangat-relasi kemitraan antara pelaku usaha, dari pada sekedar hubungan antara majikan dan bawahan. Semangat kemitraan inilah yang akan mengantarkan para pelaku usaha, tidak hanya sekedar hubungan usaha yang bersifat *profit oriented*, tetapi pada hakekatnya merupakan kerjasama kemanusiaan, satu sama lainnya akan saling memperhatikan dan saling membantu.²⁰

Aplikasi nilai-nilai *sipakataui*, *sipakainge*, dan *sipakalebbi* di Bank Muamalat KCP. Palopo dapat memperkuat hubungan bank dengan nasabah

²⁰Nur Kholidah, *Peranan Kearifan Lokal dalam Pengembangan Ekonom Syariah....*, 16-17.

melalui pendekatan yang mengedepankan kearifan lokal. Nilai-nilai ini mencerminkan budaya masyarakat Sulawesi Selatan yang sangat menghargai hubungan antarmanusia dan memandang pentingnya sikap saling menghormati, saling mengingatkan, dan saling menghargai dalam kehidupan sehari-hari. Yaitu sebagai berikut:

1. *Sipakatau*, mengandung arti saling memanusiakan atau memperlakukan orang lain dengan hormat dan setara. Di Bank Muamalat KCP. Palopo, nilai ini diterapkan dalam bentuk pelayanan yang humanis, di mana setiap nasabah diperlakukan tanpa diskriminasi, dengan sikap ramah, dan penuh perhatian. Frontliner, seperti teller dan customer service, diajarkan untuk selalu memberikan senyuman, sapaan, dan memperlakukan nasabah sebagai mitra sejajar, bukan hanya sebagai pelanggan. Dengan demikian, tercipta suasana pelayanan yang nyaman dan menyenangkan, sehingga nasabah merasa dihargai dan diakui.
2. *Sipakainge*, yang berarti saling mengingatkan, menjadi prinsip penting dalam menjaga etika bisnis di bank ini. Nilai ini diterapkan dengan membangun komunikasi dua arah antara bank dan nasabah, di mana nasabah diajak untuk memahami produk dan layanan bank secara transparan. Selain itu, bank juga berperan aktif dalam mengingatkan nasabah mengenai kewajiban mereka, seperti pembayaran angsuran atau ketentuan akad yang harus dipatuhi, dengan cara yang sopan dan tidak memaksa. Bank juga berusaha mengedukasi nasabah tentang pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga membantu mereka mengambil keputusan finansial yang lebih bijak.

3. *Sipakalebbi*, yang berarti saling menghargai atau memuji, dan nilai ini diterapkan di Bank Muamalat KCP. Palopo dengan cara memberikan apresiasi terhadap nasabah yang loyal dan memenuhi kewajibannya dengan baik. Bank dapat mengimplementasikan program-program penghargaan, seperti memberikan ucapan terima kasih kepada nasabah loyal, memberikan hadiah atau bonus bagi nasabah yang sering menggunakan produk bank, atau mengadakan acara khusus untuk nasabah prioritas. Sikap menghargai ini tidak hanya meningkatkan *customer satisfaction*, tetapi juga membangun ikatan emosional yang lebih kuat antara bank dan nasabah.

Nilai-nilai kehidupan yang dijunjung tinggi oleh masyarakat merupakan sebuah budaya yang lahir dari keluhuran nilai, kemuliaan sikap, dan keagungan tradisi masyarakat yang berjalan secara berkelanjutan dan mengakar. *Sipakatau*, *Sipakainge*, dan *Sipakalebbi* merupakan salah satu prinsip atau pegangan hidup yang saat ini dipegang erat dan diaplikasikan dalam bermasyarakat oleh masyarakat setempat yang apabila diartikan ke dalam bahasa Indonesia memiliki arti kebersamaan untuk mewujudkan lingkungan hubungan kekeluargaan dan bekerjasama bersama.²¹

Masyarakat Kota Palopo mengenal istilah *lempu'* (jujur), ketika diterapkan dalam etika bisnis yang berbasis kearifan lokal sangat sesuai dengan ajaran Islam. Menurut Moh. Nasuka, penerapan nilai *lempu'* selaras dengan nilai Islam yaitu *shidiq* (jujur) dapat diartikan adanya kesesuaian/keselarasan antara apa yang

²¹Jihan Chepy, Abdul Rahman, Internalisasi Budaya “*Sipakatau Sipakainge Sipakalebbi*” Bugis Makassar dalam Upaya Pencegahan Sikap Intoleran dalam Beragama, *Phinisi Journal of Art, Humanity and Social Studies*, Vol. 3, No. 1, (2023), 353.

disampaikan/diucapkan dengan apa yang dilakukan/kenyataan yang ada. Kejujuran juga memiliki arti kecocokan dengan kenyataan atau fakta yang ada.²²

Penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal pada karyawan Bank Muamalat KCP. Palopo tentunya tidak terlepas dan faktor pendukung dan faktor penghambat. Dengan adanya etika bisnis yang baik secara otomatis bisnis tersebut akan lebih mudah berkembang. Dalam penerapan etika bisnis yang berbasis kearifan lokal tentunya ada faktor pendukung agar etika bisnis pada Bank Muamalat KCP. Palopo dapat terimplementasikan dengan baik.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dian Ayu Septi, dkk pada tahun 2022 yang berjudul “*Memaknai Etika Bisnis berbasis Kearifan Lokal pada Sentra Industri Tahu Kota Kediri*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai kearifan lokal dapat diterapkan dalam bisnis khususnya praktik manajemen bisnis dan manajemen resiko. Nilai kearifan lokal yang diterapkan dalam transaksi bisnis perusahaan diharapkan bisa menjadi pilihan alternatif perusahaan untuk menjaga keharmonisan hidup bermasyarakat terutama bagi perusahaan yang tumbuh di lingkungan masyarakat.²³

Faktor penghambat yang paling utama dalam penerapan etika bisnis Islam ini adalah ada beberapa karyawan yang tidak memiliki pendidikan berbasis syariah. Tetapi itu tidak jadi masalah karena manajemen Bank Syariah mengadakan pelatihan serta memberikan pendidikan kepada karyawan yang

²²Moh. Nasuka, Etika Penjualan dalam Perspektif Islam, *Muqtasid*, Vol. 3, No. 1, (2012), 8.

²³Diah Ayu Septi, Tri Wahyuningsih, dan Kusuma Wardani, “Memaknai Bisnis Berbasis Kearifan Lokal...”, 15-18.

pendidikannya tidak berlatar belakang syariah. Sehingga penerapan etika bisnis Islam karena bagi karyawan yang belum memiliki latar belakang pendidikan berbasis syariah itu banyak diberikan dukungan oleh pihak manajemen. Sedangkan faktor pendukung penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal dalam upaya mengembangkan pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP. Palopo yaitu seperti senyum, sopan, jujur, amanah, ramah, bertutur kata yang baik sehingga mampu berkomunikasi dengan baik. Dalam hal ini tentu pihak bank juga harus memberikan kualitas pelayanan, komitmen pegawai, sehingga memberikan kepuasan tersendiri kepada nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal di Bank Muamalat KCP. Palopo dapat meningkatkan *customer satisfaction* melalui implementasi konsep etika bisnis yang sesuai dengan kebutuhan dan budaya setempat. Penerapan nilai *sipakatau* di Bank Muamalat KCP. Palopo menciptakan pelayanan yang ramah dan perlakuan setara terhadap nasabah, *sipakainge* saling mengingatkan, dengan membangun komunikasi dua arah antara bank dan nasabah, serta *sipakalebby* dengan memberikan penghargaan kepada nasabah loyal. Aplikasi nilai-nilai *sipakatau*, *sipakainge*, dan *sipakalebby* di Bank Muamalat KCP. Palopo dapat memperkuat hubungan bank dengan nasabah melalui pendekatan yang mengedepankan kearifan lokal.
2. Faktor penghambat penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan *customer satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo adalah adanya beberapa karyawan yang pendidikannya tidak berlatar belakang syariah, sehingga mereka mengalami kesulitan dalam memahami etika bisnis Islam. Oleh karena itu, pelatihan dan pemahaman tentang hal tersebut terus diberikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Di sisi lain, faktor pendukungnya adalah masyarakat Kota Palopo yang dikenal ramah dan murah senyum, yang merupakan bagian dari kearifan lokal. Selain itu, masyarakat Kota Palopo juga mengenal istilah *lempu'* (jujur), ketika

diterapkan dalam etika bisnis yang berbasis kearifan lokal sangat sesuai dengan ajaran Islam.

B. *Saran/Rekomendasi*

1. Untuk Bank Muamalat KCP. Palopo perlu kiranya lebih meningkatkan lagi sosialisasi berupa etika yang berbasis budaya lokal dan pelayanan kepada masyarakat dan calon nasabah. Sehingga diharapkan dapat menghasilkan pelayanan yang baik untuk kepuasan nasabah.
2. Kepada peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dalam bidang yang sama, diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih akurat lagi terkait etika bisnis yang berbasis kearifan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, Albi, dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018).
- Ardianti, Sitti, Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia (Studi pada Pengguna Tokopedia di Wilayah Soloraya), *Skripsi*, (Surakarta, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2022), <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3400/1/SKRIPSI-SITTI%20ARDIANTI%20185211081.pdf>
- Asmawati, Trimulato, Ismawati, Strategi Pemasaran Produk Tabungan Meningkatkan Minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar Sulawesi Selatan, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 5 No. 2 Oktober (2022), 10.30595/jhes.v5i2.13792
- Asnaini dan Amimah Oktarina “Potensi Kontribusi Institusi Pendidikan Islam terhadap Perkembangan Bank Syariah di Indonesia”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.6 No.1, (2020).
- Atmaja, Jaka, “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas pada Bank BJB”, *Jurnal Ecodemica*, Vol.2 No.1, (2020). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Badroen, Faisal, et.al, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Kencana, 2018).
- Bertens, K., *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2021).
- Chepy, Jihan, Abdul Rahman, Internalisasi Budaya “*Sipakatau Sipakainge Sipakalebbi*” Bugis Makassar dalam Upaya Pencegahan Sikap Intoleran dalam Beragama, *Phinisi Journal of Art, Humanity and Social Studies*, Vol. 3, No. 1, (2023).
- Diem, Anson Ferdiant, *Wisdom of the locality*, *Jurnal Berkala Teknik* Vol 2 No.4, (2012).
- Durin, Ramzi, Arti Penting Menjalankan Etika dalam Bisnis, *Valuta Journal*, Vol. 6, No.1, April, (2020).
- Echdar, Saban, dan Maryadi, *Business Ethics and Entrepreneurship*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019).
- Ernawan, Erni R., *Etika Bisnis dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN*, edisi revisi Cetakan ke 3, (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Fahma, Fadillah, Penerapan Etika dalam Penerapan Pelayanan pada Bank Muamalat Cabang Palopo, *Skripsi*, (Palopo: Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam IAIN Palopo, 2022),
<http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/2632/1/FADILLAH%20FAHMA.pdf>

Hardani, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Jakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020).

Hasan, Ali, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015).

Iqtishodiyah, Peran Kearifan Lokal dalam Pengembangan Bisnis Syariah di Kota Padang Sidempuan, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 8, No 2, (2022).

Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2017).

Kholidah, Nur, *Peranan Kearifan Lokal dalam Pengembangan Ekonomi Syariah pada Era Revolusi Industri 4.0*, *Majalah Neraca*, (Pekalongan: STIE Muhammadiyah,t.t).

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2017).

Lestari, Nurlela E.P., Hubungan Antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Waroeng Steak and Shake Cabang Margonda, *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2), (2020),<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/download/8321/4257>

Madiarsa, I Made, “Prosiding Seminar : Local Genius dalam Perspektif Kebijakan Publik”, *Jurnal Hukum, Manajemen, Pertanian dan Pendidikan*, Vol. 2, No.1, (2010).

Mahlisa, Ferry, “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP. Jambo Tape Kota Banda Aceh)”, *Skripsi*, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah,2023).https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/70240/1/229.%2011180850000034_FERRY%20MAHLIZA.pdf

Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi Revisi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2017).

Muslich, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2019).

Ningsih, Aprianti Wahyu, *Analisis Kinerja Bank Muamalat Palopo Menggunakan Malcolm Baldrige*, *Skripsi*, (Palopo: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021).

- Nur, Muh. Ufril, *Implementasi Nilai Kearifan Lokal dan Nilai Islam dalam Berwirausaha di Kota Palopo*, (Palopo: Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021).
- Pujiawati, S., dan Madiawati, P. N., Pengaruh Customer Experience, *Customer Satisfaction*, dan Brand Image terhadap *Customer Loyalty* pada Armor Kopi Bandung, *e-Proceeding Of Management: Vol.7 No.2*, (2020), <https://jitl.web.id/index.php/management/article/download/13469/13011/25743>
- Purnama, M. Ikhsan, “Pengaruh Etika Bisnis Islam pada Industri Rumah Tangga Sebagai Pedoman Usaha”, *Al-Amwal : Journal Of Islamic Economic Law*, Vol.4 No.1, (2019).
- Putri, Deasy Ayu Rahma, dan Lucky Rachmawati. "Analisis Tingkat Pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No.1, (2022), <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/16005>
- Rahmarisa, Faty, Etika Bisnis dalam Perspektif Islam, *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Kebijakan Publik)*, Vol. 1, No.2, (2019).
- Rahyono, *Kearifan Lokal dalam Agama*, (Jakarta: PT. Grafindo, 2016).
- Riyadi, Selamat, “Strategi Manajemen Bank Syariah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah”, (Jakarta : CV Literasi Nusantara Abadi, 2022).
- Sari, D.H., dkk, Pengaruh Brand Trust, Service Quality dan Customer Satisfaction pada Loyalitas (Studi pada Pelanggan Gojek di Kota Denpasar), *Jurnal EMAS* 2(2), (2021), <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1670>
- Sattar, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019).
- Sedyawati, Edy, *Budaya Indonesia, Kajian Arkeologi, Seni, dan Sejarah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019).
- Septi, Diah Ayu, Tri Wahyuningsih, dan Kusuma Wardani, “Memaknai Bisnis Berbasis Kearifan Lokal pada Sentra Industri Tahu Kota Kediri”, *Jurnal Nasional Manajemen*, Vol.1, No. 1, (2022).
- Simajuntak, D.C., dan Purba, P. Y., Peran Mediasi *Customer Satisfaction* dalam Customer Experience dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 7, No 2, (2020), <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/4795>
- Suchanek, P., dan Kralova, M., Customer Satisfaction, Loyalty, Knowledge and Competitiveness In The Food Industry, *Economic Research Ekonomika*

Istrazivanja,(2019), <https://ideas.repec.org/a/taf/rerxxx/v32y2019i1p1237-1255.html>

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta 2020).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2020.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 23 ed. Bandung: Alfabeta, 2016.

Wahyudi, Dedi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Tanggamus”, *Jurnal Signaling*, Vol 10, No 2 (2021), <https://ojs.stmikpringsewu.ac.id/index.php/signaling>

Wibowo, Agus, *Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal di Sekolah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021).

Widjaja, Adrianto, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Vol.16, No.2, (2017).

Widyaningsih, Becti, dan Nur Ghusaain, “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Perbankan Syariah di Indonesia”, *Jurnal Kajian*, Vol.4, No.1, (2022).

Wikantiyoso, Respati, *Kearifan Lokal dalam Perencanaan dan Perancangan Kota untuk Mewujudkan Arsitektur Kota yang Berkelanjutan*, (Malang: Group Konservasi Arsitektur dan Kota, 2015).

Yasin, Muhammad Idil, Financial Technology: Terobosan Baru Bank Muamalat KCP. Palopo dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan, *Skripsi*, (Palopo: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2022).

Yuniawati, Ratna Diah, “Analisa Kualitas Layanan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Pada Mobile Banking BMT Sakinah”, *Jurnal Ekliptika*, Vol. 3, No. 1, (2022),<https://ejournal.unupasuruan.ac.id/index.php/ekliptika/article/view/132>

Zed, Mestika, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2019).

LAMPIRAN



PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921
Telp/Fax : (0471) 326048, Email : dpmptsp@palopokota.go.id, Website : http://dpmptsp.palopokota.go.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 500.16.7.2/2024.0115/IP/DPMPTSP

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : **BESSE PEBRIANTI**
Jenis Kelamin : **P**
Alamat : **Mukuasi Pakue Kab. Kolaka Utara**
Pekerjaan : **Pelajar/mahasiswa**
NIM : **1904020213**

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**Penerapan Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal Dalam Upaya Mengembangkan Pelayanan Terhadap
Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Kota Palopo**

Lokasi Penelitian : **Bank BSI Kota Palopo dan Bank Muamalat Kota Palopo**
Lamanya Penelitian : **26 Februari 2024 s.d. 26 April 2024**

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 26 Februari 2024



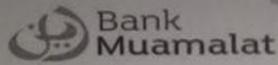
Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala DPMPTSP Kota Palopo
SYAMSURIADI NUR, S.STP
Pangkat : Pembina IV/a
NIP : 19850211 200312 1 002

Tembusan Kepada Yth.:

1. Wali Kota Palopo;
2. Dandim 1403 SWG;
3. Kapolres Palopo;
4. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian.

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSiE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSISN)





SURAT KETERANGAN

Nomor: 19/KCP-PLP/MEMO/XI/2024

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang Bertandatangan Di Bawah Ini, Pimpinan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo,
Menarangkan Bahwa :

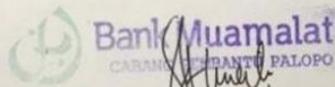
NAMA : BESSE FEBRIANTI
NIM : 1904020213
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI : PERBANKAN SYARIAH

Adalah Benar Telah Melakukan Penelitian Di PT.Bank Muamalat Indonesia KCP Palopo Berjudul "**Penerapan Etika Bisnis Berbasis Kearifan Local Dalam Upaya Mengembangkan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Kota Palopo**"

Demikian Surat Ini Kami Buat Agar Digunakan Sebagaimana Mestinya.

Atas Bantuan Dan Kerjasamanya Kami Ucapkan Terimakasih.

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK
CABANG PEMBANTU PALOPO



Andi Miftahul Khaer
Sub Branch Operation Supervisor

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :
Jabatan :
Umur :
Alamat :

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Besse Febrianti
NIM : 1904020213
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal dalam Meningkatkan *Customer Satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo
Alamat : Kota Palopo.

Benar telah melakukan wawancara pada tanggal

.....

guna menggali lebih dalam informasi yang dibutuhkan untuk melengkapi data dalam menyusun skripsi.

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 2024
Yang membuat pernyataan,

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :
Jabatan :
Umur :
Alamat :

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Besse Febrianti
NIM : 1904020213
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal dalam Meningkatkan *Customer Satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo
Alamat : Kota Palopo.

Benar telah melakukan wawancara pada tanggal

.....

guna menggali lebih dalam informasi yang dibutuhkan untuk melengkapi data dalam menyusun skripsi.

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 2024
Yang membuat pernyataan,

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :
Jabatan :
Umur :
Alamat :

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Besse Febrianti
NIM : 1904020213
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal dalam Meningkatkan *Customer Satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo
Alamat : Kota Palopo.

Benar telah melakukan wawancara pada tanggal

.....

guna menggali lebih dalam informasi yang dibutuhkan untuk melengkapi data dalam menyusun skripsi.

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 2024
Yang membuat pernyataan,

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :
Jabatan :
Umur :
Alamat :

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Besse Febrianti
NIM : 1904020213
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal dalam Meningkatkan *Customer Satisfaction* di Bank Muamalat KCP. Palopo
Alamat : Kota Palopo.

Benar telah melakukan wawancara pada tanggal

.....

guna menggali lebih dalam informasi yang dibutuhkan untuk melengkapi data dalam menyusun skripsi.

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 2024
Yang membuat pernyataan,

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal di Bank Muamalat KCP. Palopo?
2. Kearifan lokal apa saja yang mempengaruhi penerapan etika bisnis di Bank Muamalat KCP. Palopo?
3. Bagaimana penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP. Palopo?
4. Apakah terdapat perbedaan kepuasan nasabah yang signifikan di Bank Muamalat KCP. Palopo berdasarkan penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal?
5. Faktor apa saja yang menjadi penghambat atau pendukung penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal di Bank Muamalat KCP. Palopo?
6. Bagaimana respon nasabah terhadap praktik-praktik bisnis berbasis etika kearifan lokal di Bank Muamalat KCP. Palopo?
7. Seberapa efektif penerapan etika bisnis berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan citra dan kepercayaan Bank Muamalat KCP. Palopo di mata nasabah?

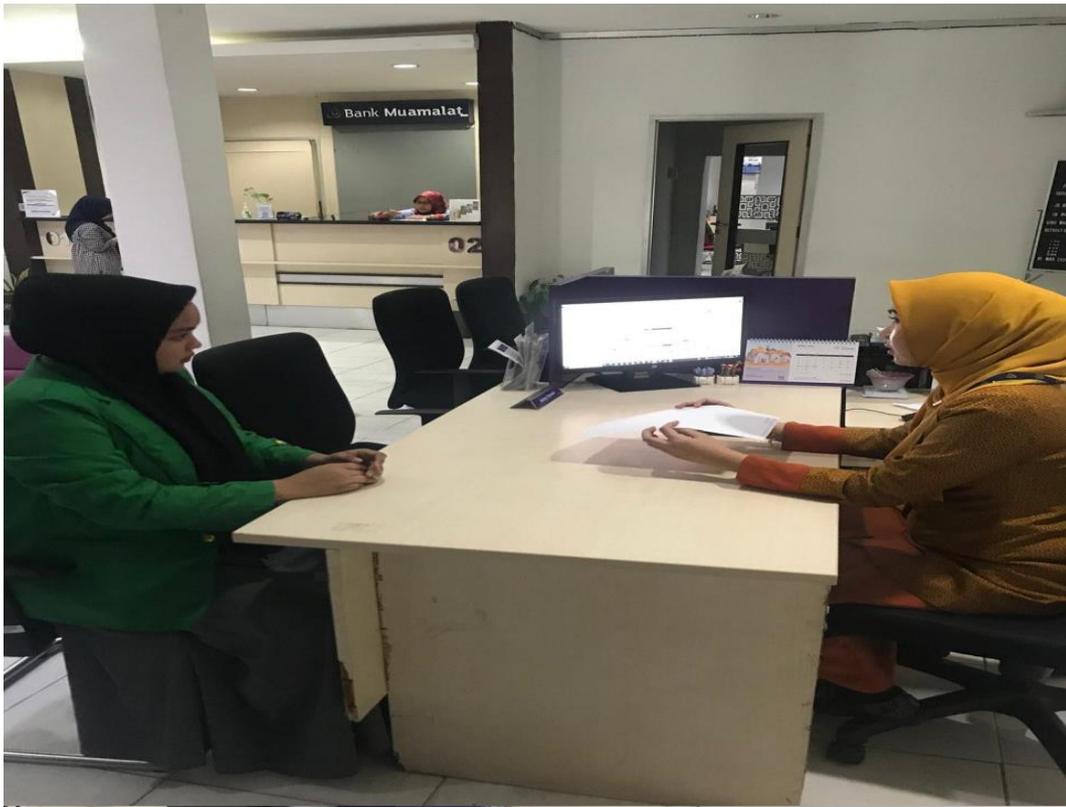
DOKUMENTASI



**Adila David, sebagai (RM) *Relationship Maneger* Bank Muamalat KCP.
Palopo**



Andi Faizah, sebagai Teller Bank Muamalat KCP. Palopo



Shella, sebagai *Costumer Service* Bank Muamalat KCP. Kota Palopo



Siti Amalia, selaku sebagai Nasabah Bank Syariah Kota Palopo

RIWAYAT HIDUP



Besse Febrianti, lahir pada tanggal 20 Februari 2002 di Desa Mikuasi. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Tenrisau dan Ibu Hijrah. Saat ini penulis bertempat tinggal di Mikuasi Kecamatan Pakue Kabupaten Kolaka Utara. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 1 Mikuasi pada tahun 2013, kemudian di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di MTS. Ponpes al-Islam Meeto, dan menjadi alumni ditahun 2016. Di tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di MA Ponpes al-Islam Meeto dan menyelesaikan pendidikan sebagai seorang pelajar ditahun 2019. Kemudian ditahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan sebagai seorang Mahasiswi di Institut Agama Islam Negeri Palopo dengan mengambil Jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tahun 2019.