



Kepuasan Konsumen Terhadap Pengalihan Pengembalian Donasi Perspektif Etika Bisnis Islam di Minimarket Indomaret

Dian Septiani^{1*}, Nurfiah Anwar², A. Syathir Sofyan³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

**Korespondensi Penulis. E-mail: dianseptiani806@gmail.com*

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen Indomaret Tanete terhadap pengembalian dana dalam bentuk donasi, serta untuk memeriksa kepatuhan Indomaret terhadap etika bisnis Islam dalam pengembalian uang dalam bentuk donasi. Metode campuran digunakan dalam penelitian ini, yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif dalam satu studi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer yang tidak puas dengan pengembalian dana dalam bentuk donasi merasa bahwa tindakan Indomaret melanggar prinsip-prinsip syariat Islam karena tidak memberikan informasi yang memadai tentang tempat penyaluran donasi, hanya menganjurkan customer untuk mendonasikan dana tersebut. Karyawan Indomaret belum menerapkan sikap adil dan sikap jujur terhadap konsumennya karena tidak terdapat kejelasan dan tidak transparansi dalam pengalihan kembalikan dalam bentuk donasi. Dalam hal penerapan sikap kebebasan konsumen memiliki hak atas menerima dan menolak transaksi dalam bentuk donasi di Indomaret. Begitupun dengan sikap tanggung jawab karyawan Indomaret belum menerapkan sikap bertanggungjawab karena tidak adanya bukti struk dan poster tentang penjelasan penyaluran dana donasi.

Kata Kunci: *Konsumen, Donasi, Bisnis*

1. Pendahuluan

Ekonomi Islam merupakan komponen yang tidak dapat dipisahkan dari banyak aspek agama Islam karena agama Islam berfungsi sebagai fondasi di mana ekonomi Islam dibangun (Iswandi, 2014). Islam telah menyediakan seperangkat aturan yang komprehensif bagi kehidupan manusia, termasuk aturan yang mengatur kegiatan ekonomi (Wiyanti, 2013). Dalam proses akad jual beli, diperlukan kemauan dan keikhlasan dari kedua belah pihak yang mengadakan akad tersebut (Permata & Azmi, 2020). Agama Islam mendorong pemeluknya untuk berpegang teguh pada prinsip keadilan dalam segala aspek kehidupannya.



Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 8, No. 1, 2023

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

Praktik pengembalian uang berupa donasi di Minimarket Indomaret di Desa Tanete Kecamatan Bulukumpa Kota Bulukumba, dimana Indomaret merupakan brand yang menjual minuman, makanan, dan barang lainnya. Praktik pengalihan sisa dana pembeli sebagai dana sosial dapat melanggar etika bisnis Islam yang telah mapan karena terlihat memaksa dan merugikan jika konsumen tidak bersedia berpartisipasi (Rahman, 2019). Selain itu, sisa dana pembeli yang dikembalikan dalam bentuk donasi kontrak bukan merupakan hasil kesepakatan bersama para pihak melainkan pihak manajemen Indomaret. Demikian pula dalam praktik mengalihkan sisa pembayaran pembeli ke dana sosial, baik konsumen maupun manajemen Indomaret tidak diberitahu sebelumnya kepada siapa dana sosial tersebut akan disalurkan. Meskipun kita menyadari bahwa praktik pengalihan dana untuk kepentingan sosial, seperti sedekah, hibah, atau infaq merupakan tindakan yang benar, namun praktik tersebut masih banyak dilakukan (Khoiriyah, 2018).

Temuan penelitian dari Sati *et al.* (2022) menunjukkan bahwa konsumen merasa khawatir dengan praktik pengembalian uang yang diganti dengan permen, namun mereka tidak memiliki kekuatan untuk melakukan tindakan selain mengeluh. Sementara itu, hasil penelitian Puspita (2012) terlihat bahwa Indomaret memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan dibandingkan Alfamart, yang menunjukkan bahwa responden merasa lebih puas saat berbelanja di Indomaret. Sementara itu, tingkat kepuasan pelanggan di Alfamart tergolong sedang. Penelitian yang dilakukan Syafiq (2019) menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk atau jasa, tetapi juga oleh nilai yang dirasakan dari produk atau jasa tersebut. Untuk mempertahankan pelanggan, bisnis harus memberikan nilai tambah yang memungkinkan konsumen menerima apa yang mereka bayar atau bahkan lebih dari yang mereka harapkan.

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai tinjauan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada pengembalian dalam bentuk donasi banyak terdapat perbedaan, perbedaan



Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 8, No. 1, 2023

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terdapat pada waktu, tempat, metode penelitian, dan topik pembahasan karena penulis melihat belum ada penelitian yang secara spesifik membahas penelitian yang akan penulis teliti. Serta terdapat juga perbedaan dalam teori yang digunakan, teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni membahas tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada pengembalian dalam bentuk donasi (studi kasus Indomaret Desa Tanete, Kecamatan Bukukumba, Kabupaten Bulukumba). Kesamaan pada penelitian ini juga tidak terlalu spesifik, karena pada penelitian yang akan penulis teliti tinjauan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada pengembalian dalam bentuk donasi, ada beberapa teori dari penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis untuk melakukan penelitian ini, diantaranya teori kepuasan konsumen dan etika bisnis Islam.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen di Indomaret Tanete terhadap program pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi. Serta memahami bagaimana etika bisnis Islam diterapkan dalam program tersebut.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode gabungan (*mixed method*) yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam mempelajari topik penelitian yang sama (Yusuf, 2016). Penelitian ini dilakukan di Indomaret yang terletak di Desa Tanete, Kecamatan Bukukumba, Kabupaten Bulukumba. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi dan kuisioner. Informan dalam penelitian ini sebanyak 194 orang. Pada penelitian ini, penentuan informan dilakukan melalui metode *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah analisis data deskriptif dengan pengujian keabsahan data melalui teknik display dan triangulasi.



3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pengolahan dan Analisa Data

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi seberapa puas pelanggan terhadap proses transfer donasi dan pengembalian donasi di Indomaret Minimarket. Kuesioner dengan total tiga item nyata dan kisaran skor 1-4 digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan. Setelah dilakukan tabulasi, data kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak MS Excel dan SPSS 16.0. Dari hasil analisis data, ditemukan bahwa nilai minimum adalah 7, nilai maksimum adalah 10, rata-rata (*mean*) adalah 8,25, median adalah 8,00, dan standar deviasi adalah 1,562.

Dalam menghitung nilai rata-rata tingkat kepuasan konsumen Indomaret terkait pengalihan pengembalian donasi, penulis menggunakan rumus berikut.

Tabel 1 Rumus dan interpretasi yang diterapkan

Rumus	Interpretasi
$X \leq (\mu - 1. \sigma)$	Rendah
$(\mu - 1. \sigma) < X < (\mu + 1. \sigma)$	Sedang
$(\mu + 1. \sigma) \leq X$	Tinggi

Keterangan :

X = Jumlah variable

μ = *Mean*

σ = Standard Deviasi

Setelah dirumuskan berikut adalah hasil dari tingkat kepuasan konsumen :

Kepuasan Tinggi = $X > 8.25 + 1.562 = 10$

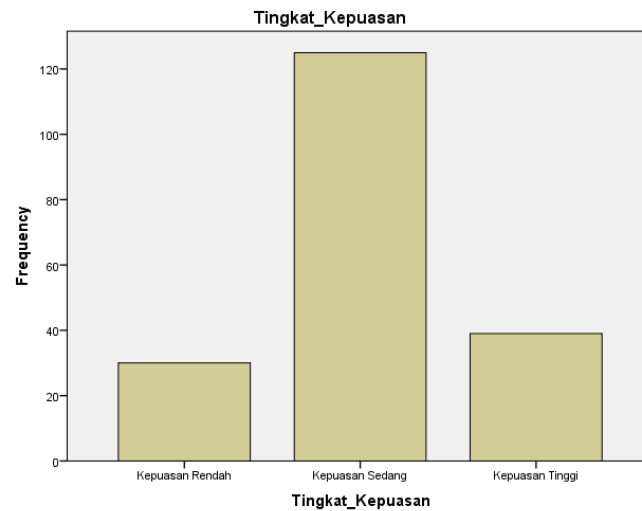
Kepuasan Sedang = $8.5 - 1.562 < X < 8.25 + 1.562 = 7 - 9$

Kepuasan Rendah = $X \leq 8.5 - 1.562 = \leq 7$

Tabel 2 Hasil Statistik Deskriptif Tingkat Kepuasan Konsumen

		Frekuensi	Persen	Valid %	Kumulatif %
Valid	Kepuasan Rendah	30	15.5 %	15.5 %	15.5 %
	Kepuasan Sedang	125	64.4 %	64.4 %	79.9 %
	Kepuasan Tinggi	39	20.1 %	20.1 %	20.1%
	Total	194	100 %	100 %	

Apabila dipresentasikan dalam bentuk visual, informasi tersebut dapat disajikan dalam diagram berikut:



Gambar 1 Diagram Hasil Penelitian Tingkat Kepuasan Konsumen

3.2. Pembahasan

3.2.1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi

Berdasarkan data terkait tingkat kepuasan konsumen terhadap pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi di Minimarket Indomaret kelurahan Tanete, dari 194 responden, terdapat 30 orang (15.5%) yang memberikan jawaban "rendah", 125 orang (79.9%) yang memberikan jawaban "sedang", dan 39 orang (20.1%) yang memberikan jawaban "tinggi".

Berdasarkan hasil analisis dari kuesioner yang telah disebar oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi berada pada kategori "sedang". Dari 125



Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 8, No. 1, 2023

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

responden yang mengisi kuesioner tersebut, sebanyak 79.9% di antaranya menyatakan bahwa mereka merasa netral atau "sedang" terhadap pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas dari responden merasa cukup puas dengan pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi meskipun pihak Indomaret tidak memberikan informasi yang jelas terkait tempat penyaluran dana donasi tersebut.

Walaupun sebagian besar responden merasa puas, terdapat juga beberapa responden yang merasa tidak puas terkait dengan pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi. Adanya ketidakjelasan dari pihak Indomaret terkait tempat penyaluran dana donasi membuat beberapa responden merasa ragu dan kurang percaya terhadap program pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penting bagi Indomaret untuk memberikan informasi yang lebih terperinci mengenai program pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi tersebut guna meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi. Di sisi lain, jika Indomaret masih menyediakan uang receh, beberapa konsumen mungkin memilih untuk tidak mendonasikan kembali uang kembalinya.

Penggunaan uang receh dalam transaksi sehari-hari kini menjadi masalah tersendiri bagi pedagang, terutama di era ekonomi yang semakin berkembang. Tren tersebut membuat uang receh semakin sulit diperoleh dan jumlahnya semakin berkurang di masyarakat, sehingga keberadaannya semakin langka. Hal ini mengakibatkan para pedagang seringkali kesulitan dalam memberikan kembalian yang tepat kepada pelanggan yang melakukan transaksi. Fenomena ini kemudian memotivasi pengelola minimarket, seperti Indomaret, untuk menciptakan sistem pengembalian yang berbasis donasi. Dalam hal ini, sistem pengembalian donasi menjadi alternatif yang menarik bagi pengelola minimarket untuk memulihkan dana pelanggan yang tidak terpakai.



Contoh implementasi sistem pengembalian berbasis donasi dapat ditemukan di minimarket Indomaret di Kecamatan Tanete, Kabupaten Bulukumba. Namun, dalam praktiknya, pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi ini menimbulkan pertanyaan mengenai kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pengelola minimarket untuk memahami tingkat kepuasan konsumen terhadap pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi. Pengukuran kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam memberikan layanan yang lebih efisien dan efektif. Jika konsumen tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelayanan tersebut dianggap tidak efektif dan efisien. Berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh 125 responden, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi berada pada tingkat "sedang". Meskipun pihak Indomaret tidak memberikan kejelasan mengenai tempat penyaluran dana donasi, sebagian besar responden (79,9%) merasa netral atau tidak keberatan dengan pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi.

3.2.2. Perspektif etika bisnis Islam pada pengalihan pengembalian donasi di Minimarket Indomaret.

Donasi merupakan salah satu bentuk infak dalam agama Islam, yang melibatkan pengeluaran sebagian harta untuk disumbangkan kepada individu yang membutuhkan. Tujuan dari donasi adalah untuk memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan, dan hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi tauhid, kejujuran, keadilan, kebebasan, dan tanggung jawab (Budiantoro *et al.*, 2018). Dalam konteks etika bisnis Islam, nilai-nilai etika Islam dijelaskan dalam Al-Qur'an yang dianggap sebagai kitab suci (Syafiq, 2019).

Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam sistem pengembalian berbasis donasi di minimarket Indomaret menunjukkan perhatian pengelola terhadap nilai-nilai tersebut (Dewi, 2013). Sistem pengembalian berbasis donasi merupakan inovasi dari pengelola minimarket Indomaret yang membantu mengoptimalkan penggunaan dana tidak terpakai pelanggan dan sekaligus memberikan manfaat kepada orang lain melalui donasi. Namun, perlu diperhatikan



Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 8, No. 1, 2023

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

bahwa pengelola minimarket Indomaret harus memastikan bahwa tempat penyaluran dana donasi yang dipilih dapat dipercaya dan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Mengukur kepuasan konsumen juga merupakan aspek penting dalam bisnis, termasuk dalam sistem pengembalian berbasis donasi. Konsumen harus merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan memperoleh informasi yang jelas tentang pengembalian dana donasi. Hal ini akan memastikan efisiensi dan efektivitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola minimarket Indomaret. Sehingga, etika bisnis Islam dapat diwujudkan melalui praktek-praktek yang baik dalam sistem pengembalian berbasis donasi di minimarket Indomaret.

a. Prinsip kejujuran perspektif etika bisnis Islam terhadap pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi

Kejujuran adalah prinsip penting dalam ajaran Islam yang melibatkan tindakan, pandangan, dan kata-kata seseorang secara konsisten dan terus-menerus (Rivai & Buchari, 2009). Tidak ada maksud untuk bertentangan atau bertabrakan dalam kata-kata dan tindakan seseorang yang jujur. Konsep kejujuran ini melibatkan niat, sikap, dan perilaku yang benar, termasuk dalam proses membuat perjanjian, mencari atau memperoleh peningkatan, dan mencoba memperoleh atau mengambil keuntungan.

Etika bisnis Islam menempatkan kejujuran sebagai prinsip utama dalam menjalankan kegiatan bisnis (Zubair & Hamid, 2016). Hal ini dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah pencegahan yang berhati-hati untuk melindungi semua pihak yang terlibat dalam transaksi komersial, kerja sama, atau perjanjian dari potensi kerugian finansial (Zubair, 2010). Dalam bisnis, kejujuran menjadi dasar penting dalam membangun kepercayaan antara pelanggan dan pengusaha. Pelanggan membutuhkan keyakinan bahwa mereka dapat mempercayai pengusaha, baik dari segi kualitas produk maupun harga yang diberikan. Sementara, pengusaha juga membutuhkan kepercayaan dari pelanggan untuk mempertahankan bisnisnya.



Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 8, No. 1, 2023

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

Kejujuran tidak hanya penting dalam hubungan antara pelanggan dan pengusaha, tetapi juga dalam hubungan antara pengusaha dan Allah SWT. Pengusaha diharapkan untuk berbisnis dengan niat yang baik, menjaga integritas dalam transaksi bisnis, dan mematuhi semua aturan dan ketentuan yang berlaku (Samad, 2018). Dengan menjalankan bisnis secara jujur, pengusaha akan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT dan kepercayaan dari masyarakat.

Berdasar pada wawancara, terlihat bahwa kebanyakan pihak konsumen mengatakan dengan jawaban yang sama dimana pada yang sama bahwa ke Sembilan pihak konsumen, ada 8 konsumen yang mengatakan pihak Indomaret tidak jujur dalam pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi tersebut, dan 1 pihak konsumen yang mengatakan telah menerapkan sikap jujur. Tetapi dilihat dari pernyataan dari salah satu pihak Indomaret tidak sejalan dengan beberapa pihak Konsumen. Pihak Indomaret sudah mengikuti sesuai dengan prosedur atau aturan yang telah di tetapkan oleh Indomaret dengan memberikan uang donasi tersebut ketempat yayasan Wahana Visi Indonesia. Tetapi di sisi lain pihak Indomaret memanfaatkan situasi untuk mengambil uang donasi tersebut tanpa sepengetahuan pihak kantor Indomaret.

Implementasi pengalihan uang pelanggan menjadi donasi di Minimarket Indomaret Kecamatan Tanete Kabupaten Bulukumba tidak mematuhi prinsip etika bisnis Islami yang mengatur penyelenggaraan usaha sesuai dengan syariat Islam. Dalam transaksi bisnis, penting untuk memprioritaskan kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli. Prinsip kebenaran, terutama aspek kebajikan, mengacu pada sikap saling setuju dalam bertransaksi. Namun, penelitian lapangan menunjukkan bahwa banyak konsumen enggan mengembalikan uang yang disumbangkan. Selain itu, dalam hal kejujuran, semua prosedur bisnis harus dilakukan dengan cara yang jujur, dengan pencegahan penipuan sekecil apapun. Jika tidak ada tanda terima, kasir akan menyimpan sebagian dari uang yang disumbangkan.

b. Prinsip tanggung jawab perspektif etika bisnis Islam terhadap pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi



Tanggung jawab dalam bisnis syariah menjadi faktor yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan bisnis. Seorang pelaku bisnis harus memahami dan melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik, karena hal ini akan berdampak besar pada kesuksesan dan kesejahteraan bersama dalam bisnis. Tanggung jawab yang dimaksud di sini adalah tanggung jawab moral dan etis, yang harus dipegang teguh oleh setiap pelaku bisnis. Tanggung jawab moral berarti bahwa setiap perbuatan yang dilakukan haruslah memiliki pertimbangan etika dan moral yang baik, sehingga tidak merugikan pihak lain dan menciptakan keuntungan bersama (Khoiriyah, 2018). Selain itu, tanggung jawab juga berfungsi sebagai pengarah dalam bisnis. Dengan memiliki tanggung jawab yang jelas, pelaku bisnis dapat mengarahkan bisnisnya dengan baik dan memanfaatkannya secara optimal.

Praktik bisnis syariah, tanggung jawab juga menjadi landasan untuk menjalankan prinsip-prinsip syariah. Seorang pelaku bisnis harus memastikan bahwa setiap kegiatan bisnisnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, transparansi, dan keberkahan. Selain itu, tanggung jawab juga berperan penting dalam menjaga hubungan antara penjual dan pembeli. Seorang pelaku bisnis harus memastikan bahwa timbal balik yang terjadi antara penjual dan pembeli adalah sehat dan saling menguntungkan. Dengan demikian, pelaku bisnis dapat mempertahankan kepercayaan dan reputasi yang baik di mata para pembeli. Dalam hal ini, tanggung jawab bukan hanya dimiliki oleh pelaku bisnis, tetapi juga oleh pembeli. Pembeli harus memastikan bahwa mereka membeli barang atau jasa dari penjual yang memiliki tanggung jawab moral dan etis yang baik, sehingga tidak merugikan pihak lain.

Secara keseluruhan, tanggung jawab merupakan hal yang sangat penting dalam bisnis syariah. Dengan memiliki tanggung jawab yang baik, pelaku bisnis dapat mengarahkan bisnisnya dengan baik, menjaga hubungan dengan pembeli, dan menjalankan prinsip-prinsip syariah dengan baik.



Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 8, No. 1, 2023

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

Setelah berbagai aktivitas bisnis dilakukan dengan tingkat kebebasan yang berbeda-beda, itu tidak berarti semuanya berakhir ketika mencapai tujuan yang diinginkan atau memperoleh keuntungan. Sebaliknya, tanggung jawab adalah konsep yang sangat relevan dalam dunia bisnis. Setiap tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha, termasuk transaksi, produksi barang, jual beli, perjanjian, dan sebagainya, harus bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku untuk menghindari masalah hukum. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, sebagian besar konsumen menyatakan hal yang sama, sehingga dapat disimpulkan bahwa Indomaret kelurahan Tanete belum menerapkan prinsip tanggung jawab terhadap transaksi dalam bentuk donasi.

Keadaan tidak jelas dalam penyaluran donasi dari Indomaret telah menimbulkan ketidakpuasan di antara konsumen. Para konsumen yang berpartisipasi dalam program donasi yang diselenggarakan oleh Indomaret merasa bahwa mereka tidak mendapatkan informasi yang memadai mengenai bagaimana donasi yang mereka berikan akan disalurkan. Ketidakjelasan ini diperparah oleh kebijakan pengembalian donasi yang kurang transparan. Konsumen merasa tidak puas dengan sistem pengembalian donasi yang diterapkan oleh Indomaret, karena mereka merasa bahwa sistem ini tidak memberikan pilihan. Akibatnya, konsumen merasa ragu apakah donasi yang mereka berikan benar-benar diteruskan kepada pihak yang membutuhkan atau tidak.

Dampak dari ketidakjelasan penyaluran donasi ini sangat besar bagi kepercayaan konsumen terhadap Indomaret. Konsumen akan kehilangan kepercayaan dan keyakinan bahwa Indomaret benar-benar menjalankan program donasi dengan baik dan dapat dipercaya. Hal ini dapat berdampak negatif pada citra Indomaret sebagai perusahaan yang peduli dan bertanggung jawab sosial. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tidak adanya bukti struk donasi dan poster tentang penyaluran donasi tersebut semakin memperburuk situasi. Konsumen merasa tidak yakin apakah donasi yang mereka berikan benar-benar disalurkan dengan tepat atau tidak. Oleh karena itu, penting bagi Indomaret untuk



melakukan tindakan yang transparan dan terbuka terkait dengan penyaluran donasi yang mereka terima. Indomaret perlu memberikan informasi yang jelas dan terbuka mengenai bagaimana donasi tersebut disalurkan, serta memberikan bukti struk dan poster sebagai bukti bahwa donasi tersebut benar-benar telah disalurkan dengan tepat. Dengan melakukan tindakan transparan dan terbuka seperti ini, Indomaret dapat membangun kembali kepercayaan konsumen dan membuktikan bahwa mereka benar-benar menjalankan program donasi dengan baik dan dapat dipercaya.

c. Prinsip kebebasan perspektif etika bisnis Islam terhadap pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi

Kebebasan dalam hukum Islam tidak berdasarkan paksaan, kebebasan tidak diperbolehkan untuk mengganggu orang lain. Islam membolehkan berinovasi dengan tidak melakukan hal-hal yang diharamkan. Esensi kebebasan dalam bisnis Islam adalah kebebasan kehendak, bukan kebebasan mutlak. Kebebasan yang dimaksud adalah sesuai dengan ajaran agama, dimana entitas bebas menentukan aktivitasnya sepanjang tidak mengandung unsur melawan hukum. Sikap saling menghargai sangat penting untuk diterapkan dari masing-masing individu, sehingga terciptanya bentuk sosial yang mengedepankan kepentingan bersama.

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan dari hasil wawancara yang dilakukan dari informan, yang kebanyakan mengatakan pihak Indomaret sudah menerapkan prinsip kebebasan menerima dan menolak transaksi dalam bentuk donasi di Indomaret kelurahan Tanete. Konsumen sangat setuju dengan adanya kebebasan menerima dan menolak transaksi dalam bentuk donasi tersebut, karena hal tersebut setiap orang memiliki hak atas apa yang mereka inginkan tanpa ada paksaan. Tetapi sebagian konsumen mengatakan bahwa pihak Indomaret tidak memaksakan untuk mengdonasikan uang kembalian, tetapi sering kali pihak Indomaret beralasan bahwa tidak memiliki uang pecahan kecil untuk uang kembalian di bawah seribu rupiah.



- d. Sikap keadilan perspektif etika bisnis Islam terhadap pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi

Prinsip panduan terpenting seorang pebisnis dalam semua aktivitas bisnis adalah menjunjung tinggi keadilan. Keadilan mensyaratkan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan atas pelanggaran hak dan kepentingannya. Islam secara tegas mengatur para pelaku bisnis untuk berlaku adil ketika menjalankan bisnis dan untuk melindungi kegiatan bisnis mereka dari penipuan atau penindasan. Kecurangan dalam praktik bisnis merupakan indikasi kegagalan bisnis karena kepercayaan adalah salah satu kunci sukses (Aprianto *et al.*, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengungkapkan bahwa pihak Indomaret belum menerapkan prinsip keadilan dalam pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi di Indomaret kelurahan Tanete. Responden merasa tidak rela dan kecewa terhadap program transaksi donasi tersebut karena tidak ada penjelasan atau informasi yang diberikan mengenai penggunaan dana donasi. Jika hanya sekali melakukan donasi di Indomaret tanpa penjelasan, mungkin tidak menjadi masalah. Namun, jika diminta secara terus-menerus untuk mendonasikan uang kembaliannya, responden merasa tidak rela dan merasa dirugikan karena dipaksa untuk melakukannya. Terlebih, karena sering kali Indomaret tidak menyediakan uang receh, uang yang diambil untuk donasi tidak mendapatkan berkah menurut pandangan responden.

- e. Prinsip tauhid (kesatuan, keesaan) perspektif etika bisnis Islam terhadap pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi

Prinsip ini merupakan kepercayaan total dan murni terhadap keesaan Allah, serta menuntut kesadaran bahwa semua adalah milik Allah SWT dan semua transaksi jual beli tidak semata dilakukan untuk kepentingan duniawi saja tetapi digunakan untuk meraih kehidupan diakhirat nanti. Penerapan gagasan ini akan memberi kesan kepada orang-orang bahwa setiap aspek kehidupan mereka, termasuk urusan keuangan mereka, dipantau dan dicatat. Karena Allah SWT



memiliki sifat Raqib (Maha Mengawasi), Dia mampu mengawasi semua aktivitas kehidupan makhluk yang diciptakan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah konsumen, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mengungkapkan hal yang serupa mengenai penerapan prinsip tauhid dalam pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi di Indomaret kelurahan Tanete. Indomaret belum menerapkan prinsip tauhid sesuai dengan syariat Islam, karena kurang memberikan informasi yang jelas tentang pengembalian uang dan hanya mendorong untuk melakukan donasi. Penerapan tauhid juga dianggap sebagai aset berharga bagi seorang pengusaha, karena dapat mendatangkan rezeki dan berkah dari Allah SWT. Untuk mempromosikan persaingan sehat di antara pedagang, penting bagi mereka untuk memahami dan menerapkan etika bisnis. Selain itu, dalam jangka panjang, hal ini penting untuk kelangsungan operasional perusahaan. Islam tidak hanya memberikan keunggulan global dalam aktivitas bisnis, tetapi juga memberikan kesempatan untuk meraih pahala akhirat melalui usaha bisnis.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan mayoritas responden merasa cukup puas dengan pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi, meskipun beberapa responden merasa kurang puas karena ketidakjelasan informasi dari pihak Indomaret mengenai tempat penyaluran dana donasi. Meskipun mayoritas responden merasa cukup puas, pihak Indomaret perlu memberikan informasi yang lebih jelas terkait program pengalihan pengembalian dalam bentuk donasi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen terkait hak mereka dalam menerima dan menolak transaksi donasi di Indomaret di kecamatan Tanete, terdapat beberapa saran yang dapat diimplementasikan. Pertama, perlu diberikan informasi yang jelas dan terbuka kepada konsumen mengenai prosedur pengembalian donasi melalui papan pengumuman atau brosur yang menjelaskan program donasi dan tujuan penggalangan dana dengan lengkap. Kedua, karyawan Indomaret perlu



Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 8, No. 1, 2023

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

menjalani pelatihan mengenai sikap adil, jujur, dan bertanggung jawab terhadap konsumen. Mereka juga harus memahami dengan baik prosedur pengembalian donasi dan menjaga transparansi dalam pengalihan dana tersebut. Ketiga, Indomaret perlu menyediakan struk atau bukti transaksi yang mencantumkan informasi tentang donasi yang dibuat oleh konsumen serta memasang poster yang menjelaskan secara jelas mengenai penyaluran dana donasi. Keempat, penting untuk melakukan evaluasi dan pemantauan secara berkala terhadap program donasi dan tingkat kepuasan konsumen. Indomaret juga dapat menjalin kerja sama dengan lembaga terpercaya dalam menyalurkan donasi. Terakhir, disarankan untuk melanjutkan penelitian ini dengan fokus pada perbaikan dan pengembangan program donasi di Indomaret.

Daftar Pustaka

- Aprianto, I., Andriyansyah, M., Qodri, M., & Hariyanto, M. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Deepublish.
- Budiantoro, R. A., Sasmita, R. N., & Widiastuti, T. (2018). Sistem Ekonomi (Islam) dan Pelarangan Riba dalam Perspektif Historis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v4i1.138>
- Dewi, R. (2013). Universalisme Islam dan Kosmopolitisme Peradaban. *Nurani: Jurnal Kajian Syari'ah Dan Masyarakat*, 13(1), 47–67. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.19109/nurani.v13i1.116>
- Iswandi, A. (2014). Peran Etika Qur'ani Terhadap Sistem Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6(1), 143–154. https://www.academia.edu/download/45658000/10__andi.pdf
- Khoiriyah, F. (2018). *Tinjauan Hukum Islam Tentang Implementasi Penyaluran Zakat Dalam Pemberdayaan Umat (Studi Program RPD LSC Lembaga Amil Zakat Daerah Amal Insani [LAZDAI] Provinsi Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Permata, S., & Azmi, I. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 36–44.
- Puspita, R. N. (2012). Perbedaan kepuasan pelanggan Indomaret dan Alfamart. *Journal Of Social and Industrial Psychology*, 1(1).



Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 8, No. 1, 2023

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip/article/view/2699>

Rahman, A. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Usaha Jual Beli Cabai (Studi Kasus Petani Di Kelurahan Alehanuae Kecamatan Sinjai Utara). *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 12–22.

Rivai, V., & Buchari, A. (2009). *Islamic economics: ekonomi syariah bukan opsi, tetapi solusi!* Bumi Aksara.

Samad, M. (2018). *Etika Bisnis Syariah: Berbisnis Sesuai Dengan Moral Islam*. Sunrise Book Store.

Sati, L., Santoso, F. P. P., & Wijaya, G. A. (2022). Pengembalian Uang Belanja Konsumen Diganti Permen Pada Saat Transaksi. *JISOS: JURNAL ILMU SOSIAL*, 1(5), 281–288.
<https://www.bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/2719>

Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.154>

Wiyanti, D. (2013). Perspektif Hukum Islam terhadap Pasar Modal Syariah Sebagai Alternatif Investasi Bagi Investor. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 20(2), 234–254. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/iustum.vol20.iss2.art4>

Yusuf, A. M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Prenada Media.

Zubair, M. K. (2010). Signifikansi Modifikasi Akad dalam Transaksi Muamalah. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(2), 245–257. <https://doi.org/https://doi.org/10.18326/muqtasid.v1i2.245-257>

Zubair, M. K., & Hamid, A. (2016). Eksistensi Akad dalam Transaksi Keuangan Syariah. *Diktum: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 14(1), 44–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.35905/diktum.v14i1.222>