

BAB II

TINJAUAN PUSATAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Adanya penelitian terdahulu dalam suatu penelitian bertujuan untuk memberikan informasi kepada peneliti setelahnya untuk mengetahui persamaan dan perbedaan objek yang akan diteliti. Sehingga bisa digambarkan perbedaan yang sangat mendasar dari penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya.

2.1.1 Penelitian yang dilakukan oleh saudari Ajeng Kartini.A dengan judul *“Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif Etika Bisnis Islam “*. Dalam penelitian tersebut membahas mengenai kualitas pelayanan pada Plaza Telkom Group Parepare, mengenai bentuk –bentuk pelayanan, respon pengguna jasa, dan Implikasi layanan jasa. Penulisan skripsinya menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sehingga memperoleh kesimpulan bahwa pelayanannya sudah memuaskan dan sesuai dengan prinsip- prinsi Etika Bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, kebajikan, kejujuran dan bertanggung jawab. Ada pula yang tidak sesuai yaitu prinsip keseimbangan dan kebenaran. ¹ Berdasarkan pemaparan penelitian saudari Ajeng Kartini. A, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan mengenai objek kajian yang penulis akan teliti. Persamaannya yaitu terletak pada segi analisis etika bisnis

¹ Ajeng Kartini. A, *“Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif Etika Bisnis Islam”*(Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN: Parepare, 2017), h. x.

Islam. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, penelitian sebelumnya lebih berfokus pada kualitas pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam melayani pengguna jasa internet, sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu pelayanan kefarmasian pada Pasien di Apotek Fajar Farma Kota Parepare dalam hal ini bentuk perilaku tenaga kefarmasian.

- 2.1.2 Penelitian kedua telah diadakan oleh saudari Novi Noor Indah Sari dengan judul *“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Sakit ‘Aisyiyah Kudus’*”. Dalam penelitian tersebut membahas tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan dan etika bisnis islam terhadap kepuasan pelanggan pada RS. ‘Aisyiyah Kudus. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan. Terdapat pengaruh yang signifikan harga, kualitas pelayanan, dan etika bisnis islam terhadap kepuasan pelanggan berobat pada Rumah Sakit ‘Aisyiyah Kudus.² Terdapat persamaan dan perbedaan mengenai objek kajian yang penulis akan teliti yakni, dari persamaannya yaitu terletak pada pembahasan pelayanan. Sedangkan perbedaannya yaitu, penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif yang meneliti pengaruh harga, pengaruh kualitas pelayanan, dan pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan pelanggan berobat pada Rumah Sakit ‘Aisyiyah Kudus. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif yang berfokus pada kualitas pelayanan dan etika bisnis Islam pada Apotek Fajar Farma kota Parepare.

² Novi Noor Indah Sari, *“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Sakit ‘Aisyiyah Kudus’* (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN: Kudus, 2019), h. x.

2.1.3 Penelitian ketiga oleh saudari Dewi Maryati dengan judul “*Evaluasi Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek Wilayah Kota Salatiga Tahun 2011 Sesuai Perundangan Yang Berlaku*”. Dalam penelitian tersebut membahas standar pelayanan kefarmasian yang dimaksudkan untuk melindungi masyarakat dari pelayanan profesional, melindungi farmasis dari tuntutan masyarakat yang tidak wajar. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa yang telah memenuhi standar dari aspek pengelolaan pembekalan, sumber dayadan ketersediaan fasilitas sarana dan prasarana sebanyak 16 Apotek masuk dalam kategori baik. Sedangkan dari aspek pelayanan resep, promosi dan edukasi masuk dalam katgori baik hanya sebnyanyak 3 apotek, dengan nilai rata-rata untuk pelayanan resep 16 apotek adalah 71,15%.³. Adapun Persamaan dan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis yakni, dari persamaannya yaitu sama-sama membahas pelayanan kefarmasian di apotek. Sedangkan perbedaannya yaitu, penelitian sebelumnya hanya berfokus pada evaluasi standar pelayanan kefarmasian dari segi perundangan yang berlaku. Sedangkan penulis kali ini akan menganalisis pelayanan kefarmasian yang diberikan oleh teknis kefarmasian terhadap pasien maupun konsumen perspektif etika bisnis Islam .

³ Dewi Maryati, “Evaluasi Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek Wilayah Kota Salatiga Tahun 2011 Sesuai Perundangan Yang Berlaku” (Skripsi Sarjana; Fakultas Farmasi UMS: Surakarta, 2013), h. xii.

2.2 Tinjauan Teoretis

2.2.1 Teori Pelayanan

2.2.1.1 Pengertian Pelayanan

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia.⁴ Menurut Kotler Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan memiliki tiga makna, yaitu perihal atau cara melayani, usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan uang dan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.

Pelayanan pelanggan (customer service) adalah upaya/ proses yang secara sadar atau terencana dilakukan organisasi/ badan usaha agar produk atau jasanya menangdalam persaingan melalui pemberian atau penyajian pelayanan kepada pelanggan, sehingga tercapai kepuasan optimal bagi pelanggan.⁵ Menurut Lukman Sampara, pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi

⁴ Lijan Poltak Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik Teori, Kebijakan, dan Implementasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 3.

⁵ Boediono, *Pelayanan Prima Perpajakan* (Jakarta: Rieneka Cipta, 2003), h. 11.

langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.⁶

Dari definisi-definisi tentang pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa “*pelayanan*” adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh setiap badan usaha atau organisasi guna memenuhi kebutuhan pelanggan atau konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa berupa kemudahan, kecepatan, kemudahan, dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

2.2.1.2 Ciri- ciri Pelayanan yang Baik

Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Berikut beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/ nasabah.⁷

1. Tersedia karyawan yang baik.
2. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
3. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan/pasien sejak awal hingga selesai.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
5. Mampu berkomunikasi.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.

⁶ Lukman Sampara, *Manajemen Kualitas Pelayanan* (Jakarta: STIA LAN Press, 2000), h. 5.

⁷ Kasmir, *Etika Customer Service*, h.38

8. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan

9. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan

2.2.1.3 Unsur-unsur Pelayanan

Terdapat empat unsur penting dalam proses pelayanan antara lain;

1. Penyedia layanan, yaitu pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada pelanggan, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang (*goods*) atau jasa-jasa (*service*).
2. Penerima layanan, yaitu mereka yang disebut sebagai pelanggan (*customer*) yang menerima berbagai layanan dari penyedia layanan.
3. Jenis layanan, yaitu layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan.
4. Kepuasan pelanggan, dalam memberikan pelayanan penyedia layanan harus mengacu pada tujuan utama pelayanan, yaitu kepuasan pelanggan. Hal ini sangat penting dilakukan karena tingkat kepuasan yang diperoleh oleh para pelanggan itu biasanya sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang dan jasa yang mereka nikmati⁸

2.2.1.4 Prinsip-prinsip Pelayanan

Terdapat 10 prinsip-prinsip pelayanan, antara lain:

1. Kesederhanaan.
2. Kejelasan.
3. Kepastian waktu.
4. Akurasi.
5. Keamanan.
6. Tanggung jawab.
7. Kelengkapan sarana dan prasarana.

⁸ Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima* (Cet.II; Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), h. 11.

8. Kemudahan akses.
9. Kedisiplinan, kesopanan, dan keramahan
10. kenyamanan⁹

Berdasarkan pengertian-pengertian yang telah dijelaskan diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa Pelayanan adalah bentuk penyediaan produk dan jasa yang diperlukan atau dibutuhkan oleh pelanggan. Suatu pelayanan yang berkualitas ditentukan oleh beberapa syarat dan ketentuan.

2.2.1.5 Pengertian Pelayanan Kefarmasian

Pelayanan kesehatan yang bermutu tinggi dimuali dengan standar etika manajemen yang tinggi pula. Secara ekstrim dikatakan bahwa kualitas merupakan faktor dasar yang mempengaruhi pilihan konsumen untuk berbagai jenis jasa yang berkembang pesat dewasa ini. Pelayanan kesehatan adalah setiap upaya yang diselenggarakan secara sendiri maupun bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, mencegah dan mengobati penyakit serta memulihkan kesehatan perorangan, kelompok, dan ataupun masyarakat. Pelayanan kefarmasian atau Pharmaceutical Care adalah bentuk pelayanan dan bentuk tanggung jawab langsung kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi yang mencapai hasil pasti untuk meningkatkan kualitas hidup pasien.¹⁰

Tujuan dari pengaturan standar pelayanan kefarmasian di apotek adalah untuk meningkatkan mutu pelayanan di apotek yang kemudian akan dapat menjamin keamanan pasien. Selain itu, pengaturan standar pelayanan kefarmasian di apotek ini juga untuk menjamin terselenggaranya pelayanan obat dan

⁹ Atik Septi Ratminto dan Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007), h. 22.

¹⁰ Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek.

perbekalan farmasi yang rasional dengan memperhatikan aspek mutu, manfaat, harga, kemudahan akses, serta keamanan masyarakat dan lingkungannya.

Dalam Pasal 3 Permenkes RI No. 73 Tahun 2016 dijelaskan bahwa standar pelayanan kefarmasian di apotek meliputi 2 bagian, yaitu pengelolaan bahan medis habis pakai, alat kesehatan dan sediaan farmasi, serta pelayanan farmasi klinik. Dalam mengelola sediaan farmasi, alat kesehatan dan bahan medis habis pakai, apotek melakukan kegiatan perencanaan, pengadaan, penerimaan, penyimpanan, pemusnahan, pengendalian, serta pencatatan dan pelaporan. Sedangkan standar pelayanan farmasi klinik mencakup kegiatan monitoring efek samping obat, pemantauan terapi obat, pelayanan kefarmasian di rumah, konseling, pelayanan informasi obat, dispensing, pengkajian resep.

Pelayanan kefarmasian di apotek tentunya tidak terlepas dari peran apoteker sebagai pengelola apotek. Apoteker di apotek harus memberikan edukasi kepada pasien terkait pengobatan, menjawab berbagai pertanyaan pasien, serta memberikan cukup waktu kepada semua pasien apabila ada hal yang belum mereka pahami terkait pengobatan.

Apotek harus berada di lokasi yang mudah dikenali, diakses, dan dijangkau oleh masyarakat. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan pelayanan yang menunjang kesehatan mereka. Pelayanan produk kefarmasian harus dipisahkan dari produk lain, ini dimaksudkan agar tidak terjadi kesalahan penyerahan serta menunjukkan integritas dan kualitas produk. Dalam hal kebersihan, apotek harus menjamin lingkungannya senantiasa bersih dan rapi. Selain itu, apotek juga harus bebas dari serangga dan hewan pengerat, serta memiliki fasilitas kebersihan yang memadai. Ketersediaan sumber dan suplai listrik juga harus diperhatikan oleh pengelola apotek, terutama adanya lemari pendingin untuk obat-obatan yang harus disimpan dalam suhu dingin.

Jika kualitas layanan yang diberikan oleh apotek kepada pasien baik, maka konsumen merasa puas, sebaliknya pelayanan yang tidak baik dapat memberi dampak ketidakpuasan. Ketidakpuasan dapat disebabkan oleh banyak hal, diantaranya tidak ramahnya pelayanan yang diberikan oleh pegawai apotek dan tidak cekatannya penanganan pegawai terhadap pasien yang datang. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang berkualitas. Pengukuran mengenai kepuasan pasien pada apotek sangat penting agar dapat diketahui penyebab kepuasan yang menjadi ketidakpuasan, sehingga pihak apotek dapat melakukan perbaikan dalam pelayanannya.¹¹

Adapun cirri-ciri pelayanan yang baik dan dapat memberikan kepuasan pelanggan adalah memiliki karyawan yang professional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia ragam produk yang diinginkan, bertanggung jawab kepada setiap pelanggan hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas, memberikan jaminan keberhasilan setiap transaksi, mengetahui pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan.¹²

Menurut konsep *Service Quality* oleh Parasuraman, kualitas pelayanan memiliki 5 dimensi, yaitu :

- a. Keandalan (*Reliability*) adalah keandalan suatu fasilitas kesehatan dalam hal memberikan pelayanannya. Dalam aspek *reliability*, terdapat dua unsur yang utama, yaitu kemampuan suatu fasilitas kesehatan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan seberapa jauh suatu fasilitas kesehatan mampu meminimalisir atau mencegah terjadinya kesalahan.

¹¹ Romdhoni, "Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan di Apotek Kimia Farma 63" (Skripsi Sarjana; Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah: Surakarta, 2009), h. 9

¹² Kasmir, *Etika Costumer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h. 9.

- b. Ketanggapan (*Responsiveness*) adalah kemampuan memberikan pelayanan secara tanggap dan cepat. Dalam fasilitas kesehatan, terlihat dari seberapa tanggap tenaga kesehatan memberikan penanganan kepada pasiennya.
- c. Kepastian/Jaminan (*Assurance*) adalah kemampuan fasilitas kesehatan memberikan jaminan atas pelayanannya yang aman dan terpercaya. Hal ini penting untuk dipenuhi agar pasien dapat terlindungi. Dalam aspek ini, terdapat 4 hal yang mempengaruhi, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas, dan keamanan di fasilitas kesehatan yang bersangkutan.
- d. Empati (*Emphaty*) adalah wujud perhatian pelayan kesehatan yang dapat ditunjukkan dari bentuk kepedulian serta turut merasakan apa yang pasien rasakan.
- e. Berwujud/ Bukti Langsung (*Tangible*) adalah tersedianya berbagai fasilitas dalam bentuk yang nyata di pelayanan kefarmasian. Dalam aspek ini termasuk pula tersedianya pelayanan, personil kerja, serta sarana komunikasi yang memadai. Selain itu, dimensi ini juga mencakup tampilan fisik dari suatu fasilitas kesehatan yang bersangkutan.¹³

2.2.2 Teori Etika Bisnis Islam

2.2.2.1 Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam mengandung istilah dan pengertiannya masing-masing, yaitu; kata 'Etika', 'Bisnis', dan 'Islam' itu sendiri. Sebelum menjadi kesatuan makna, "Etika Bisnis Islam", tentunya perlu diketahui terlebih dahulu masing-masing dari pengertian kata-kata tersebut.

¹³ Harianto, dkk, "Kepuasan Pasien terhadap Pelayanan Resep di Apotek Kopkar Rumah Sakit Budhi Asih Jakarta", *Majalah Ilmu Kefarmasian* 2, No.1, 2005, h. 13.

2.2.2.1.1 Etika (Akhlak)

Istilah etika dalam syariah disamakan dengan “*akhlak*” kata “*akhlak*” berasal dari bahasa Arab yang sudah di Indonesiakan; yang juga diartikan dengan istilah perangai atau kesopanan. Secara etimologi (*lughatan*) “*Akhlak*” adalah budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat. Secara terminologis (*isthilahan*) *Akhlak* atau *khuluq* itu adalah sifat yang tertanam dalam jiwa manusia, sehingga dia akan muncul secara spontan bilamana diperlukan, tanpa memerlukan pemikiran atau pertimbangan lebih dahulu, serta tidak memerlukan dorongan dari luar.

Etika berasal dari bahasa Yunani “*Ethos*” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Hal ini berarti Etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lainnya.¹⁴ Menurut kamus Webster, “*etik*” adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang apa yang baik dan buruk secara moral. Adapun “*etika*” adalah ilmu tentang kesusilaan yang menentukan bagaimana sepatutnya manusia hidup didalam masyarakat yang menyangkut aturan-aturan atau prinsip-prinsip yang menentukan tingkah laku yang benar, yaitu: baik dan buruk, dan kewajiban dan tanggung-jawab.¹⁵

Menurut Rafiq Issa Beekun dalam buku Veithzal Rifai, Amir Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang haru dilakukan atau tidak dilakukan oleh seseorang individu.¹⁶

¹⁴ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 5.

¹⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 24.

¹⁶ Veithzal Rifai, Amir Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economics Ethics* (Mengacu Pada Al-qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah saw dalam Bisnis, Keuangan dan Ekonomi) (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 2-3.

Taha Jabir menyatakan bahwa etika adalah model perilaku yang di ikuti untuk mengharmoniskan hubungan antara manusia meminimalkan penyimpangan dan berfungsi untuk kesejahteraan masyarakat. Etika bisnis kadang-kadang disebut pula dengan etika manajemen, yaitu penerapan standar moral ke dalam kegiatan bisnis. Terkait dengan etika, perlu memahami moral. Moral berasal dari bahasa Latin “*mores*” yang artinya tindakan manusia yang sesuai dengan ukuran yang diterima oleh umum. Dengan demikian ada kesamaan antara etika dan moral, namun adapula perbedaannya yaitu etika lebih banyak bersifat teori dan moral lebih banyak bersifat praktis, etika merupakan tingkah laku manusia secara umum (universal), sedangkan moral bersifat local, lebih khusus.¹⁷

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti yang disebutkan dalam hadis: “Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”.

Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi.¹⁸

2.2.2.1.2. Bisnis (Perdagangan)

Bisnis diambil dari kata *business* (Bahasa Inggris) yang berarti kesibukan kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa

¹⁷ H. Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah (Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 377-378.

¹⁸ Sri Nawatmi, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam,” *Fokus Ekonomi* 9, No. 1, 2010, h. 54.

yang dibutuhkan oleh masyarakat. Secara etimologi, “*bisnis*” berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. T.Chwee mendefinisikan istilah bisnis sebagai sesuatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat. Sementara itu, menurut Griffin dan Ebert, bisnis adalah suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.¹⁹

2.2.2.1.3 Islam

Kata Islami merupakan sifat bagi orang-orang yang melakukan ajaran islam dengan baik dan benar sesuai dengan ajaran-ajarannya. Jadi, kata “Islami” memberikan arti sebagai perbuatan refleksi atas perwujudan dari nilai-nilai ajaran Islam itu sendiri. Dan kata islam sebagai ajaran biasanya diidentikkan dengan kata syariat, sebagaimana dalam pemaknaan kata ekonomi Islam dan ekonomi Syariah. Secara bahasa, *Syariat* (al-syari’ah), berarti sumber air minum (*mawrid al-ma’ li al istisqa*) atau jalan lurus (*at-thariq al-mustaqim*). Sedang secara istilah, syariah sepadan dengan makna perundang-undangan yang diturunkan Allah Swt melalui Rasulullah Muhammad Saw untuk umat manusia baik menyangkut masalah ibadah, akhlak, makanan, minuman, pakaian, maupun muamalah (interaksi ssama manusia dalam berbagai aspek kehidupan) guna meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat.²⁰

¹⁹Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 28-29.

²⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 34.

Setelah mengetahui makna atau pengertian satu-persatu dari kata “Etika”, “Bisnis”, dan “Islam” atau juga dikenal sebagai “syariat”, maka dapat digabungkan makna ketiganya adalah bahwa “Etika Bisnis Islam” merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.

Dalam Islam etika adalah akhlak seorang muslim dalam melakukan semua kegiatan termasuk dalam bidang bisnis. Oleh karena itu, jika ingin selamat dunia akhirat, kita harus memakai etika dalam keseluruhan bisnis kita. Jadi etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.²¹

2.2.2.2 Tujuan Umum Etika Bisnis Islam

Dalam hal ini, etika bisnis Islam adalah hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional. Sebagaimana diungkapkan oleh Dr.Syahata, bahwa etika bisnis Islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut:

- a. Membangun kode etik Islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari risiko.
- b. Kode etik ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab para pelaku bisnis terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan diatas segalanya adalah tanggung jawab dihadapan Allah SWT.

²¹Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 35.

- c. Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
- d. Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (*Ukhuwah*) dan kerja sama antara mereka semua²².

2.2.2.3 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Dalam Islam

Sebagai kontrol terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, tanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi. Demikian pula dalam Islam, etika bisnis Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan al-Hadist. Menurut Abdul Aziz ada beberapa prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yaitu:

2.2.2.3.1 Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep *tauhid* yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.²³

²² Husein Syahata, *Etika* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), h.12.

²³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 45-46.

Tauhid mengantarkan manusia pada pengakuan akan keesaan Allah selaku Tuhan semesta alam. Dalam kandungannya meyakini bahwa segala sesuatu yang ada di alam ini bersumber dan berakhir kepada-Nya. Dialah pemilik mutlak dan absolut atas semua yang diciptakannya. Oleh sebab itu segala aktifitas khususnya dalam muamalah dan bisnis manusia hendaklah mengikuti aturan-aturan yang ada jangan sampai menyalahi batasan-batasan yang telah diberikan. Seorang pengusaha dipandu untuk menghindari segala bentuk eksploitasi terhadap sesama manusia. Dari sini dapat dimengerti mengapa Islam melarang segala praktek riba dan pencurian, tetapi juga penipuan yang terselubung. Bahkan, Islam melarang kegiatan bisnis hingga pada menawarkan barang pada disaat konsumen menerima tawaran yang sama dari orang lain.²⁴

2.2.2.3.2 Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam beraktifitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai²⁵.

Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Maidah 5: 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاَنُ قَوْمٍ عَلَى
أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَى وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah. karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan

²⁴ Aris Baidowi, "Etika Bisnis Perspektif Islam," *Jurnal Hukum Islam* 9, No. 2, 2011, h. 243.

²⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 46.

bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.²⁶

Keseimbangan dan keadilan, berarti, bahwa perilaku bisnis harus seimbang dan adil. Keseimbangan berarti tidak berlebihan (ekstrim) dalam mengejar keuntungan ekonomi. Kepemilikan individu yang tak terbatas, sebagaimana dalam sistem kapitalis, tidak dibenarkan. Dalam Islam, Harta mempunyai fungsi sosial yang kental.

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan (tjajah), islam melarang untuk menipu walaupun hanya 'sekedar' membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya gangguan pada mekanisme pasar atau karena adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Gangguan pada mekanisme pasar dapat berupa gangguan dalam penawaran dan gangguan dalam permintaan.²⁷

2.2.2.3.3 Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Kehendak bebas adalah hal yang terkait dengan kemampuan manusia untuk bertindak tanpa paksaan dari luar. Kehendak bebas juga tidak terlepas dari posisi manusia sebagai *KhalifatuAllah* di muka bumi. Manusia di beri kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya dengan tanpa mengabaikan kenyataan sepenuhnya dan dituntun oleh hukum yang telah di ciptakan oleh Allah swt. Kemudian dia diberi kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan untuk

²⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Fajar Mulya, 2009), h. 108.

²⁷ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada media Group, 2006), h. 91.

memilih apa jalan hidup yang diinginkan dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan apa yang dipilih. Seperti halnya dalam bermuamalah, kebebasan dalam menciptakan mekanisme pasar memang diharuskan dalam Islam dengan tidak ada penzaliman, maysir gharar dan riba. Dengan demikian, kebebasan berhubungan erat dengan kesatuan dan kesetimbangan.

2.2.2.3.4 Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah swt) dan sisi horizontalnya kepada sesama manusia. Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah selalu mengamati perilakunya dan akan harus di pertanggungjawabkan semua tingkah lakunya kepada Allah di hari akhirat nanti. Sisi horizontalnya kepada manusia atau kepada konsumen. Pertanggungjawaban, berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan di hadapan Tuhan.²⁸ Perspektif Islam menekankan bahwa individu adalah yang penting dan bukan komunitas, masyarakat ataupun bangsa. Individu tidak dimaksudkan untuk melayani masyarakat melainkan masyarakatlah yang benar-benar harus melayani individu. Tidak ada satu komunitas atau bangsa pun bertanggung jawab di depan Allah sebagai kelompok; setiap anggota masyarakat bertanggung jawab di depan-Nya secara individual.²⁹

2.2.2.3.5 Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar

²⁸ Sri Nawatmi, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Fokus Ekonomi* 9, No. 1, 2010, h. 54.

²⁹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 101.

dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama, atau perjanjian dalam bisnis.³⁰

2.3 Tinjauan Konseptual

Judul penelitian ini adalah “Analisis Etika Bisnis Islam terhadap pelayanan kefarmasian pada pasien di Apotek Fajar Farma Kota Parepare”. Tinjauan konseptual memiliki pembatasan makna yang terkait dengan judul tersebut yang akan memudahkan pemahaman terhadap isi pembahasan serta dapat menghindarkan dari kesalah pahaman. Oleh karena itu, dibawah ini akan diuraikan tentang pembatasan makna dari judul tersebut.

2.3.1 Analisis

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya).³¹ Penulis akan menganalisis dari perspektif etika bisnis islam mengenai pelayanan kefarmasian kepada pasien maupun konsumen apakah pelayanannya tidak sesuai dengan kualitas pelayanan dan prinsip etika bisnis Islam.

2.3.2 Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.³² Dengan kata lain, dalam melakukan aktivitas bisnis

³⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 46.

³¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, h. 58.

³² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 35.

harus sesuai prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis islam yang akan peneliti analisis yaitu prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip tanggung jawab.

2.3.3 Pelayanan Kefarmasian

Pelayanan kefarmasian atau Pharmaceutical Care adalah bentuk pelayanan dan bentuk tanggung jawab langsung kepada pasien yang berkaitan dengan sediaan farmasi yang mencapai hasil pasti untuk meningkatkan kualitas hidup pasien.³³ Pelayanan kefarmasian yang dimaksud peneliti yaitu pelayanan pada apotek Fajar Farma Kota Parepare, adapun bentuk pelayanan apotek akan dianalisis dari segi kualitas pelayanan yaitu, segi kehandalan, ketanggapan, kepastian/ jaminan, empati, dan berwujud/bukti langsung.

Dari pembahasan diatas dapat peneliti simpulkan bahwa dalam melakukan suatu pelayanan dalam hal ini pelayanan kefarmasian tentunya para tenaga teknis kesehatan memberikan pelayanan yang baik, sehingga mampu memenuhi dimensi kualitas pelayanan. Selain itu dalam melakukan kegiatan bisnis perlu diperhatikan apakah suatu usaha atau bisnis itu telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis atau hukum yang berlaku.

³³ Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2016 tentang *Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek*

2.4 Bagan Kerangka Pikir





