

**STRATEGI BISNIS TAHU UD. TAHU MEKAR DESA  
SUMBERJO KULON KECAMATAN NGUNUT KABUPATEN  
TULUNGAGUNG DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN  
PELANGGAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**

**SKRIPSI**



Oleh:

**Gangga**  
NIM. 12402183084

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SAYYID ALI RAHMATULLAH  
TULUNGAGUNG  
JUNI 2022**

**STRATEGI BISNIS TAHU UD. TAHU MEKAR DESA  
SUMBERJO KULON KECAMATAN NGUNUT KABUPATEN  
TULUNGAGUNG DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN  
PELANGGAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana dalam Keilmuan  
Ekonomi Syariah



Oleh:

**Gangga**

NIM. 12402183084

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SAYYID ALI RAHMATULLAH  
TULUNGAGUNG  
JUNI 2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gangga  
NIM : 12402183084  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Bisnis Tahu UD. Tahu Mekar Desa Sumberjo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas dari plagiarisme. Jika di kemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak lanjuti sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tulungagung, 6 Juni 2022

Yang menyatakan,

  
  
Gangga


NIM. 12402183084

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul “Strategi Bisnis UD. Tahu Mekar Desa Sumberjo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam” yang ditulis oleh Gangga, Nim. 12402183084 ini telah diperiksa dan disetujui, serta layak dijadikan.

Tulungagung, 6 Juni 2022

Pembimbing



**Moh. Rois Abin, M.Pd.I**  
MIDN.2010068801

Mengetahui,

**Koordinator Prodi Ekonomi Syariah**



**Dr. Binti Nur Asiyah, S.Pd.I., M.Si**  
NIP. 198008112011012007



## PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi dengan judul "Strategi Bisnis Tahu UD. Tahu Mekar Desa Sumberjo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam" yang ditulis oleh Gangga, NIM. 12402183084 ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada Tanggal 1 Bulan Juli Tahun 2022 dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam keilmuan Ekonomi Syariah

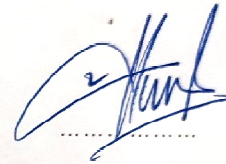
Dewan Penguji

Tanda Tangan

Ketua / Penguji:

**Moh. Rois Abin, M.Pd.I**

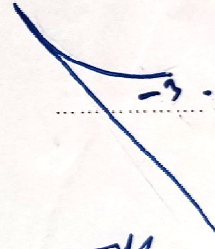
NIDN. 2010068801



Penguji Utama:

**Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.**

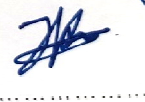
NIP. 197407162009011006



Sekretaris/ Penguji:

**Muhammad Alhada Fuadilah Habib, S.Sosio., MA.**

NIP. 199304262020121010



Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.**  
NIP. 197112182002121003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SAYYID ALI  
RAHMATULLAH TULUNGAGUNG  
Jalan Mayor Sujadi Timur 46 Tulungagung – Jawa Timur 66221 Telepon  
(0355) 321513 Fax. (0355) 321656  
Website: <http://iain-tulungagung.ac.id>

### SURAT PERNYATAAN KETERSEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gangga  
NIM : 129021080094  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : FEBI  
Jenis karya ilmiah : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right) kepada Pusat Perpustakaan UIN SATU Tulungagung atas karya ilmiah saya berupa (Jurnal Skripsi) yang berjudul:

Strategi Bisnis Tanah UO.Tanah Mekar Desa Sumberjo  
dalam Kecamatan Ngunt Kabupaten Tulungagung Dalam Menng  
kembangkan Keasrian Pelanggan Menurut Perspektif Islam.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif Pusat Perpustakaan UIN SATU Tulungagung berhak menyimpan, alih media/formal, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasi tugas akhir saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Tulungagung, 13 Agustus 2022

Yang Menyatakan,

  
METERAI TEMPEL  
G7BAJX956707679

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.<sup>1</sup>

(QS. Al-Baqarah Ayat 267)

---

<sup>1</sup> Depatemen Agama Republik Indonesia Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Bandung: PT. Mizan Publishing House, 2011), hal. 545

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk ibu saya Sri Sukeni dan almarhum ayah saya Djoko serta kakak perempuan saya dan suami nya yang tidak henti-hentinya memberikan doa, nasehat, kasih sayang, pengorbanan serta dukungan baik moral maupun materual. Selain untuk keluarga, skripsi ini juga saya persembahkan untuk sahabat-sahabat saya yang telah banyak mendukung dan mendoakan sehingga skripsi ini terselesaikan hingga akhir.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga laporan penelitian ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam semoga senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan umatnya.

Sehubungan dengan selesainya penulisan skripsi ini maka penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Maftukhin, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
2. Dr. H. Dede Nurrohman, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Qomarul Huda, M. Ag., selaku Ketua Jurusan Ekonomi.
4. Dr. Binti Nur Asiyah, S. Pd. I, M. Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Moh. Rois Abin, M.Pd.I sebagai pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penelitian dapat terselesaikan.
6. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membimbing dan memberikan wawasannya sehingga studi ini dapat terselesaikan.

7. Bapak Reni Dwi Santoso selaku pemilik UD. Tahu Mekar yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta para karyawan dan reseller di UD. Tahu Mekar
8. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan laporan penelitian ini.

Dengan penuh harap semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah SWT dan dicatat sebagai amal shalih. Akhirnya, karya ini penulis suguhkan kepada segenap pembaca, dengan harapan adanya saran dan kritik yang bersifat konstruktif demi perbaikan. Semoga karya ini bermanfaat dan mendapat ridha Allah SWT.

Tulungagung, 06 Juni 2022

Peneliti

Gangga

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar .....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
Abstrak.....	xv

### **BAB I: PENDAHULUAN**

A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Penegasan Istilah.....	11
F. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	13
G. Sistematika Pembahasan.....	13



## **BAB II: KAJIAN TEORI**

A. Landasan Teori.....	15
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Berpikir.....	34

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian.....	36
B. Jenis Penelitian.....	37
C. Lokasi Peneliti.....	37
D. Kehadiran Peneliti.....	38
E. Sumber dan Jenis Data .....	39
F. Teknik Pengumpulan Data .....	41
G. Analisi Data.....	43
H. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	45
I. Tahap-tahap Penelitian .....	46

## **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	47
B. Hasil Temuan Penelitian.....	51

## **BAB V: PEMBAHASAN**

A. Implementasi Bisnis di UD Tahu Mekar Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam .....	77
B. Kendala Implementasi Bisnis di UD Tahu Mekar Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam .....	84

## **BAB VI: PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	89
--------------------	----

B. Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Struktur Organisasi UD Tahu Mekar

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

Lampiran 2: Dokumentasi

Lampiran 3: Kendali Bimbingan

Lampiran 4: Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 5: Daftar Riwayat Hidup

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Bisnis Tahu UD. Tahu Mekar Desa Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam”, penelitian ini dilakukan oleh Gangga, Nim 12402183084, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan pembimbing bapak Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh UMKM UD. Tahu Mekar yang berada di desa sumberjo kulon, kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. Yang dimana penelitian ini memfokuskan tentang strategi bisnis tahu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. adapun strategi yang telah digunakan yakni memakai strategi dagang Nabi Muhammad SAW diantaranya siddiq (kejujuran), amanah, tabligh (penyampaian), fathonah (kecerdasan). Dengan menggunakan strategi ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara mencontoh sikap bisnis dari Rosulullah.

Adapun fokus penelitian ini bagaimana (Implementasi dan Kendala Implementasi) bisnis Tahu UD. Tahu Mekar sehingga memunculkan pertanyaan penelitian :(1) Bagaimana implementasi bisnis UD. Tahu Mekar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menurut perspektif Islam, (2) Bagaimana Kendala Implementasi bisnis UD. Tahu Mekar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menurut perspektif Islam.

Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang dimana pendekatan deskriptif ini sebagai pemecahan masalah yang bersifat menggambarkan suatu objek yang akan diteliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan skunder. Adapun data primer yang diperoleh dari lembaga yang diteliti kemudian diambil dan diolah sendiri oleh peneliti yang diteliti secara langsung, sedangkan data sekuder yang diperoleh dari buku, jurnal serta dari skripsi terdahulu. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara observasi dan wawancara serta dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu dengan penyajian data, redukasi data atau merangkum data yang diperoleh serta dengan verifikasi data atau langkah terakhir dari pengumpulan data yang telah didapat.

Hasil dari penelitian ini dimana UD. Tahu Mekar mengutamakan kinerja karyawan dan resellernya, serta UD. Tahu Mekar ini menambah produk tahu yang awalnya hanya 3 varian ukuran tahu sekarang menambah dengan 4 varian ukuran, dengan menambah varian ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara ini juga dapat meningkatkan penjualan tahunya.

**Kata Kunci: Strategi Bisnis, Varian Produk Tahu, Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

*The title of this thesis is “Tofu Business Strategy UD. Tahu Mekar, Kulon Village, Ngunut Subdistrict, Tulungagung Regency in Increasing Customer Satisfaction from an Islamic Perspective”, this research was conducted by Gangga, Nim 12402183084, Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, with mentor Mr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.*

*This research is motivated by UMKM UD. Tahu Mekar is located in Sumberjo Kulon Village, Ngunut District, Tulungagung Regency. This is where this research focuses on the tofu business strategy in increasing customer satisfaction. The strategy that has been used, namely using the trading strategies of the Prophet Muhammad SAW includes Siddiq (honesty), Amanah (trustworthy), Tabligh (delivery), and Fathonah (intelligence). Using this strategy can increase customer satisfaction by imitating the business attitude of Rasulullah.*

*The focus of this research is how (Implementation and Implementation Constraints) Tofu UD's business. Tahu Mekar raises research questions :(1) How is the implementation of UD's business. Tahu Mekar in increasing customer satisfaction according to an Islamic perspective, (2) What are the obstacles to implementing UD's business. Tahu Mekar in increasing customer satisfaction according to an Islamic perspective.*

*This study uses a qualitative descriptive approach where this descriptive approach is used as a problem-solving tool that describes an object to be studied. The data used in this study used primary and secondary data. The primary data obtained from the institution under study was then taken and processed by the researcher who was examined directly, while the secondary data was obtained from books, journals, and previous thesis. The data collection technique is done utilizing observation and interviews as well as documentation. The data analysis technique carried out is by presenting the data, reducing the data or summarizing the data obtained, and by verifying the data or the last step of collecting the data that has been obtained.*

*The results of this study were UD. Tahu Mekar prioritizes the performance of its employees and resellers, as well as UD. Tofu Mekar adds tofu products that initially only had 3 size variants of tofu. Now add 4 size variants. Adding this variant can increase customer satisfaction in this way it can also increase tofu sales.*

**Keywords: Business Strategy, Tofu Products Variants, Customer Satisfaction**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Dunia bisnis saat ini tumbuh dan berkembang sangat pesat, ini sangat terbukti dengan berbagai macam jenis barang dan jasa yang ditawarkan ditengah masyarakat. Di dalam perekonomian ini, bisnis sangat berperan sangat penting bagi perubahan ekonomi dunia dan pembangunan bisnis, karena bisnis membawa signal yang sangat memberi tanda tentang apa yang dikehendaki masyarakat. Cakupan bisnis ini secara garis besar dapat dikelompokan menjadi tiga macam, yaitu: distribusi, konsumsi, maupun produksi.<sup>2</sup>

Bisnis adalah kegiatan ekonomi yang berfungsi dalam konteks kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia, baik individu, sosial, nasional maupun internasional. Setiap hari jutaan orang melakukan bisnis sebagai produsen, perantara dan konsumen.

Ada juga di dalam Islam bisnis dapat artikan sebagai serangkaian kegiatan vusbus dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah

---

<sup>2</sup> Akhmad Mujahidin, *Etika Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persad, 2007), hlm 2

(kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profit, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan harta.<sup>3</sup>

Rosullullah SAW, telah memberi contoh bagaimana bisnis dengan baik. Saat berdagang, Rosul tidak pernah melakukan usaha untuk mencurangi pembeli atau customernya. Itu beliau lakukan bukan berarti Rosullullah berdagang atau berbisnis seadanya tanpa melihat daya saing yang semakin ketat, yang beliau lakukan adalah dengan memberikan sebuah pelayanan dengan sebaik-baiknya dan menyebut spesifikasi barang tersebut dengan jujur termasuk jika ada minus pada barang yang dijual tersebut.<sup>4</sup>

Sudah dijelaskan dalam firman Allah tentang bisnis dengan baik didalam surah Al-Mulk ayat 15;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu.*

---

<sup>3</sup> Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1 , No.1, 2015. Hal. 33

<sup>4</sup> Utari Evy Cahyabi, "Strategi Berbisnis Dalam Berbisnis Secara Islam", *Al-Tijarah*, Vol.2, No.1, 2016. Hal. 57

*Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An nisa: 29).*<sup>5</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa apabila seseorang melakukan suatu bisnis dengan jual beli dan tawar menawar dan jika tidak ada kesesuaian harga antara penjual dan pembeli maka si pembeli berhak tidak melanjutkan transaksi tersebut. Apa bila akad jual beli telah sesuai dan sepakat dibayar maka keduanya berhak meninggalkan tempat akad tersebut dan keduanya tidak boleh membatalkan yang telah di sepakati.

Dalam suatu negara bisnis menjadi tulang punggung dimana aktivitas binis ini telah ada sejak munculnya agama Islam. Setiap manusia sangat memerlukan harta untuk membiayai hidupnya dan keluarganya, karena manusia akan selalu berusaha dan mendapatkan harta itu dengan cara bekerja. Sedangkan suatu bentuk dari bekerja adalah dengan cara berbisnis atau berdagang. Nabi Muhammad telah menganjurkan umatnya untuk bekerja dengan cara berbisnis atau berdagang, karena berbisnis bisa menimbulkan kemandirian dan tidak bergantung kepada orang lain. Beliau pernah bersabda “berdaganglah kamu, sebab sepuluh bagian dari penghidupan, Sembilan diantaranya dihasilkan dari berdagang”. Allah berfirman:

وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا

---

<sup>5</sup> Depatemen Agama Republik Indonesia Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: PT. Mizan Publishing House, 2011), hal. 564

Artinya :“Dan kami menjadikan siang untuk menjadikan penghidupan”. (QS. An Naba:11)<sup>6</sup>

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa Allah sudah menciptakan waktu untuk manusia mencari rezeki demi memenuhi kebutuhannya dan keluarganya. Seperti halnya yang telah dijalankan oleh Nabi Muhammad SAW, begitupun tentang reputasi Nabi Muhammad SAW sebagai pedagang yang jujur, profesional, dan dapat dipercaya, serta tidak bisa diragukan karena sudah terbina sejak usia muda. Beliau selalu memperhatikan rasa tanggung jawab dan integritas yang besar ketika berusaha dengan orang lain dalam berbisnis.

Salah satu tujuan utama bisnis adalah untuk menciptakan para customer bisa merasa puas dengan apa yang perusahaan itu jual. Salah satu tindakan untuk membuat para customer senang adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya dan tidak membuat para customer merasa kecewa dengan pelayanannya. Dalam ukuran keberhasilan penyelenggaraan keberhasilan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Kepuasan penerima suatu pelayanan ini dapat di capai apabila suatu penerima pelayanan memperoleh pelayanan yang dibutuhkan dan yang diharapkan.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, hal.156

<sup>7</sup> Nina Rahmawati, “*Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2010), Hal. 92

Kepuasan konsumen merupakan tingkat dari perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang telah diterima dan yang diharapkan. Jika seorang customer atau pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan nilai produk atau jasa yang diberikan, sangat besar kemungkinan customer tersebut akan kembali membeli dan juga menjadi customer dengan jangka waktu yang lama.<sup>8</sup> Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana suatu bisnis dan manajemen. Meningkatkan kepuasan merupakan keadaan emosional seseorang baik kebahagiaan maupun kesedihan.<sup>9</sup> Dengan itu kualitas pelayanan yang akan diberikan oleh penyedia produk atau jasa tentunya tidak hanya bertujuan untuk memberikan suatu kepuasan semata namun juga sebagaimana dalam Islam pelayanan yang akan diberikan harus sesuai dengan nilai-nilai syariah yang ada dalam pandangan Islam.

Pada hakikatnya setiap bisnis, ketika menjual produk-produknya pasti dihadapkan pada strategi meupun suatu teknik penjualan yang bagus dan baik, sehingga komoditas yang telah dihasilkan dapat ditawarkan dan bisa terjual dengan baik sesuai rencana awal. Ada juga salah satu teknik dari penjualan yang dimaksud terkait dengan bagaimana ajaran Islam memandang strategi yang diterapkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penerapan bisnis dalam Islam yang baik dan benar merupakan kinerja terpenting oleh

---

<sup>88</sup> Husein Umar, "*Teknik Menganalisis Kelakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif*", (Jakarta : Gramedia, 2015), Hal. 65

<sup>9</sup> Fathul Aziz, "*Manajemen Dalam Perspektif Islam*", (Cilacap: Pustaka El Bayan, 2012), Hal.145

perusahaan bagi kepuasan pelanggan. demikian sebagaimana yang telah disampaikan oleh para pakar ekonomi yang telah memebrikan definisi mengenai kepuasan pelanggan. pada dasarnya suatu kepuasan dari konsumen mencakup perbedaan anata tingkat kepentingan dan kinerja atau suatu hasil yang telah dirasakan leh perusahaan tersebut.<sup>10</sup>

Tujuan pokok dalam mencapai suatu bisnis yang utama adalah untuk menghasilkan keuntungan atau laba, namun terkadang perusahaan kurang memperhatikan kewajiban secara moral. Pelaku usaha sering mengabaikan nilai-nilai atau pondasi yang diterapkan oleh Islam. Di Indonesia sendiri sering terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh perusahaan baik skala kecil atau skala besar. Banyak pelaku bisnis yang acuh terhadap nilai-nilai ajaran agama Islam dan berbuat curang terhadap bisnisnya sendiri. Didalam dunia bisnis ini memiliki keinginan untuk memperoleh keuntungan atau laba merupakan hal yang wajar, namun hak pembeli harus dihormati dan tetap menjadi prioritas yang utama, dalam arti penjual atau produsen tetap toleran terhadap keinginan pembeli.<sup>11</sup>

Dalam memulai suatu bisnis atau usaha tentunya tidak boleh lepas dari ajaran Islam, karena mengimplementasikan suatu bisnis sesuai dengan ajaran Islam akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan di

---

<sup>10</sup> Freddy Rangkuti, "*Measuring Customer Satisfaction*", (Gramedia: Pustaka, Jakarta, 2000). Hal.23

<sup>11</sup> Muhammad Djakfar, "*Agama, Etika dan Ekonomi*", (Malang: UIN Malang press, 2007), hal.31

dunia dalam suatu bentuk memperoleh keuntungan dan kebahagiaan akhirat dan memperoleh ridho Allah.<sup>12</sup> Dengan penerapan suatu strategi yang sesuai dengan bisnis yang ada dalam ajaran Islam maka akan timbul suatu kepercayaan customer atau konsumen terhadap kualitas usah tersebut. Serta tingkat persaingan yang semakin ketat dan customer atau konsumen semakin kritis mengharuskan pelaku usaha untuk tetap menjaga kepuasan customer atau pelanggan dengan baik dan tetap berjalan pada ajaran Islam.

Strategi bisnis tahu UD. Tahu Mekar ini sudah berjalan dengan baik dapat dilihat dari strategi yang digunakan, contoh kecilnya, untuk melakukan suatu proses pemasaran ke customer bapak Reni selaku pemilik UD. Tahu Mekar dan para karyawannya langsung memenuhi kebutuhan dan keinginan para customernya, sehingga para customer tidak merasa dirugikan atau dikecewakan oleh pelayanan UD. Tahu Mekar. Usaha tahu ini yang dijalankan oleh oleh bapak reni ini berada di desa Sumberjo Kulon juga berusaha untuk memulai menciptakan atau mencapai sasaran pemasaran agar mencapai suatu keberhasilan. Dari hasil wawancara dilokasi bapak Reni selaku pemilik UD. Tahu mekar menjelaskan,

*“Usaha Tahu Mekar ini berdiri pada tahun 2010 yang pada saat itu mengalami kerugian akibat usaha ternak bebek yang saya geluti, dan setelah kegagalan berbisnis itu saya mencoba membuka usaha tahu ini dengan modal seadanya, dan Alhamdulillahnya usaha tahu ini*

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, hal. 31



*membuahkan hasil yang cukup maksimal. Dari usaha tahu ini saya menghidupi keluarga saya serta bisa membantu perekonomian karyawan saya dan bisa membeli sebuah tosa untuk kendaraan saat memasarkan tahu ini".* Tutar bapak reni saat melakukan wawancara di lokasi UD. Tahu Mekar.<sup>13</sup>

Banyaknya pabrik tahu yang ada di sekitar daerah sumberjo kulon hampir 15 pabrik yang ada dan memiliki berbagai macam cara dan strategi bisnis untuk membuat suatu strategu bisnis dalam memuaskan customer. Terlepas dari suksesnya strategi bisnis dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang telah dijalani, UD.Tahu mekar dan pengusaha tahu yang lainnya mengatakan strategi bisnis dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang telah mereka lakukan yakni dari segi rasa, contohnya dalam memproduksi tahu sesuai dengan resep atau takaran yang sudah sering digunakannya agar tidak cepat rusak atau basi. Dari segi pemasaran contohnya UD.Tahu mekar memiliki tempat tersendiri yang sudah menjadi langganan dan begitu juga dengan pengusaha tahu lainnya. Pengusaha tahu yang ada di Desa Sumberjo kulon semuanya sudah memiliki tempat yang sudah menjadi langgan sendiri, jadi tidak ada kemungkinan bahwa akan mengalami problem yang akan terjadi.

---

<sup>13</sup> Bapak Reni Dwi Santoso, Wawancara, Desa sumberjo kulon, Kecamatan Ngunut pada 26 Januari 2021

Dalam sebuah bisnis tahu di UD. Tahu mekar sendiri memiliki landasan-landasan agar tidak keluar dari unsur negative dalam sebuah strategi bisnis dengan mengfokuskan kepuasan pelanggan supaya para customer konsumen membeli produk tahu UD. Tahu mekar tersebut, karena Bapak Reni selaku pemilik UD. Tahu mekar sangat menjaga kepuasan konsumen supaya tidak menurunkan omset penjualan dan tetap bisa memilih UD. Tahu Mekar menjadi pilihan yang utama. Selain itu para pengusaha tahu yang ada di Desa Sumberjo kulon juga menjaga rasa khas dari setiap tahu yang di olah. Dari banyaknya perusahaan tahu yang ada, UD. Tahu mekar memiliki perbedaan yaitu pabrik tahu mekar ini memiliki alat cerobong asap untuk memasak tahu, yang berguna untuk memasak serta menambah rasa khas dari UD. Tahu mekar tersebut.<sup>14</sup>

Seiringnya dan berjalanya waktu makanan tahu ini banyak oleh masyarakat, akibatnya pemasaran tahu sudah merambat kepasar-pasar. Makanan tahu ini sudah dipasarkan di berbagai tempat dan sudah tidak sulit untuk mendapatkannya. Didalam menjalankan usaha ada baiknya harus dijalankan dengan berfikir secara kreatif dan inovatif agar menarik minat konsumen dalam strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang ini, maka penulis ada keterkaitan untuk mengadakan penelitian dengan judul: **Strategi Bisnis Tahu UD. Tahu**

---

<sup>14</sup> Bapak Reni Dwi Santoso, Wawancara, Desa sumberjo kulon, Kecamatan Ngunut pada 26 Januari 2021

**Mekar Desa Sumberjo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam**

**B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, adapun perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi bisnis UD. Tahu Mekar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menurut perspektif Islam?
2. Bagaimana kendala implementasi bisnis tahu UD. Tahu Mekar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menurut perspektif Islam?

**C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun juga tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi bisnis di UD. Tahu Mekar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menurut perspektif Islam
2. Untuk mengetahui apa saja kendala implemtasi bisnis UD.tahu mekar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menurut perspektif Islam

**D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini memberikan sebuah kontribusi positif, baik dari segi teoritis atau praktis

a. Secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan dalam segi bidang bisnis ekonomi Islam yang berkaitan dengan strategi bisnis dalam sebuah perusahaan atau bidang usaha apapun.

b. Secara praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan bagi pengusaha tahu dan juga menjadi acuan bagi Mahasiswa/Mahasiswi khususnya pada Prodi Ekonomi Syariah yang ingin mengembangkan sebuah penelitian.

## **E. Penegasan Istilah**

### 1. Definisi konseptual

- a. Strategi bisnis merupakan salah satu cara memenangkan keunggulan dimana pelaku usaha bergerak dalam bidang usaha yang sama dan lingkungan yang sama dan masing-masing memaksimalkan sebisa mungkin untuk mendapatkan keuntungan yang besar dan mendapatkan suatu kepuasan pelanggan supaya pelanggan tidak memilih suatu produk yang lain.
- b. Bisnis adalah suatu kegiatan menjual atau membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan bertujuan untuk mencari

keuntungan dari hasil itu. Pada intinya kegiatan bisnis ini adalah sama-sama mencari keuntungan atau laba.<sup>15</sup>

- c. Bisnis dalam perspektif islam, bisnis dalam ajaran Islam bertujuan untuk mencapai empat hal yaitu target hasil, keberkahan, keberlangsungan dan pertumbuhan.<sup>16</sup>

- d. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dimana suatu kebutuhan, harapan, dan keinginan dari pelanggan bisa terpenuhi pada suatu produk yang telah dikonsumsi. Factor-faktor yang bisa mempengaruhi suatu persepsi dan harapan dari pelanggan adalah keinginan dan kebutuhan.<sup>17</sup>

## 2. Definisi operasional

Dalam bisnis tahu UD. Tahu Mekar ini sedikit menggunakan teori dagang dari Nabi Muhammad yang dimana dilakukan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menurut perspektif Islam serta dengan cara yang baik dan benar tanpa meninggalkan ajaran Islam.

## F. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dalam identifikasi dan batasan masalah ini, peneliti membahas mengenai cangkupan yang muncul di dalam penelitian ini agar pembahasannya

---

<sup>15</sup> Suwarso, "Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi dan Minat Wirausaha" *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 2 desember 2018, Hal. 98-107

<sup>16</sup> Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1 , No.1, 2015, Hal.33.

<sup>17</sup> Nasution, "Manajemen Mutu Terpadu", (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), Hal.60

sesuai dengan tujuan yang dicapai yaitu mengetahui strategi bisnis tahu UD. Tahu Mekar dalam meningkatkan suatu kepuasan pelanggan secara perspektif Islam.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Dalam sistematika penulisan yang digunakan ini, penulis menyusun skripsi ini adalah sistematika laporan kualitatif disusun menjadi minimal 5 bagian yaitu:

#### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini terdiri dari penjelasan konteks penelitian itu sendiri, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan

#### **2. BAB II KAJIAN TEORI**

Dalam bab ini menerangkan tentang kajian teori yang terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu serta kerangka konseptual

#### **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Metode dalam bab ini pendekatan dan jenis penelitian, instrumen penelitian dan kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

#### **4. BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang telah diperoleh, yang disajikan dengan topik sesuai dengan pertanyaan peneliti dan hasil analisis data.

#### 5. BAB V PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini hasil penelitian yang memuat hasil, dimana analisis penelitian dari teori-teori terdahulu kemudian mengkaitkan pola-pola, kategori-kategori, dan dimensi-dimensi.

#### 6. BAB VI PENUTUP

Bab ini merupakan bab yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil data pada bab sebelumnya yang dijadikan satu masukan dari berbagai pihak yang berkepentingan.



## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pengertian strategi Bisnis**

Strategi berasal dari suatu kata *stratgos* didalam bahasa Yunani yang mempunyai gabungan dari *stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Sebuah strategi memiliki dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang akan dituju. Strategi sebuah seni untuk menggunakan kecapan dari sebuah sumber daya dari suatu organisasi untuk mencapai sebuah sasaran melalui hubungan yang efektif dengan suatu lingkungan yang kondisinya menguntungkan.<sup>18</sup> Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.<sup>19</sup>

Menurut Chandler, strategi adalah suatu alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam mengkaitkan dengan tujuan jangka panjang, program yang tidak lanjut serta prioritas alokasi sumberdaya. Sedangkan menurut Max dan Maljuf, ia mencoba menawarkan sebuah rumusan konfrenhensi tentang sebuah strategi yaitu:

---

<sup>18</sup> Sesra Budio, "Strategi Manajemen Sekolah", *Jurnal Menata*, Vol 2, No. 2, 2019. Hal.58.

<sup>19</sup> Eris Juliansyah, "Strategi Pengembangan Sumberdaya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi", *Jurnal Ekonomak*, Vol.3, No.2,(2017), hal.21

- a. Strategi merupakan sebuah pola keputusan yang konsisten, integral dan menyatu
- b. Strategi dapat menyeleksi sebuah bidang yang akan digeluti organisasi
- c. Strategi bisa menentukan dan menampilkan tujuan dari organisasi yang maksudnya sebagai sasaran jangka panjang, program bertindak dan sebagai prioritas alokasi sumberdaya alam.
- d. Strategi mencoba untuk mendapatkan sebuah keuntungan yang bisa bertahan lama, dengan memberi ancaman dari sebuah lokasi eksternal organisasi, dan kekuatan serta kelemahannya.<sup>20</sup>

Sedangkan strategi bisnis merupakan kemampuan dari perusahaan atau pengusaha dalam menganalisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan, perumusan strategi dan rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sebuah sasaran perusahaan.<sup>21</sup> adanya perubahan yang terjadi pada lingkungan bisnis mengakibatkan perusahaan-perusahaan yang ada untuk berupaya menyesuaikan strateginya dengan perubahan tersebut. Strategi yang baik merupakan strategi yang bisa untuk menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan lingkungan bisnis yang terjadi untuk meraih keunggulan bersaing.

---

<sup>20</sup> Sesra Budio, "Strategi Manajemen Sekolah", *Jurnal Menata*, Vol 2, No. 2, 2019. Hal 58.

<sup>21</sup> Mahmud dan Anomsari, " *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan*", (Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikatif Terapan, 2011), Hal.3

Para ahli perencana strategi percaya bahwa sebuah filosofi umum yang menggambarkan bisnis atau usaha dari perusahaan tercermin pada misi yang harus bisa diterjemahkan pada pernyataan dalam strategi bisnis yang sudah diterapkan. Perencanaan strategi telah menyatakan bahwa strategi jangka panjang diturunkan dari usaha perusahaan untuk mencari sebuah keunggulan untuk bersaing dari strategi generic yaitu mengejar untuk mencapai sebuah biaya yang rendah (*overall cost leadership*) dalam industry, untuk mengejar tercapainya produk yang unik untuk melayani sebuah permintaan khusus pada suatu kelompok konsumen atau industry lainnya.<sup>22</sup>

Manajemen strategi bisnis memiliki tujuan untuk mengidentifikasi mengapa dalam sebuah perusahaan bisa sukses dan sementara bagian lainnya mengalami kegagalan. Peren sebuah manajemen strategi dalam sebuah bisnis merupakan *trenwatching* dan *invisioning*, penerjemahannya visi dan misi dalam rencana tindakan, dan pengelolaan sumberdaya untuk mewujudkan visi dan misi organisasi melalui pendekatan yang bersifat *holistic* dan *sistematik*.

## **2. Bisnis Dalam Islam**

Secara umum bisnis bisa dikatakan sebagai suatu kegiatan yang dikerjakan oleh manusia yang bertujuan untuk memperoleh atau

---

<sup>22</sup> Rahayu Puji Suci, "peningkatan kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan, Manajemen, dan Strategi Bisnis", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.11, 2019, Hal.48

menghasilkan atau rizki dalam rangka memenuhi suatu kebutuhan dan keinginan hidup dengan cara mengelola sumberdaya ekonomi dengan cara efektif dan dengan cara efisien.<sup>23</sup>

Menurut Anoraga dan Soegiasti, bisnis memiliki sebuah arti atau makna dasar sebagai “*the buying and selling of goods and services*”. Adapun menurut Straub dan Attner, bisnis adalah suatu organisasi yang dimana menjalankan aktivitas produksi barang dan jasa yang diinginkan oleh pembeli untuk memperoleh laba atau profit.<sup>24</sup>

Ada juga di dalam Islam bisnis dapat artikan sebagai serangkaian kegiatan bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profit, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan harta.<sup>25</sup>

Rosullullah SAW, memberi contoh bagaimana bersaing dengan sehat atau dengan baik. Saat berdagang, Rosul tidak pernah melakukan usaha untuk mencurangi pesaing bisnisnya. Itu bukan berarti Rosullullah berdagang atau berbisnis seadanya tanpa melihat daya saing yang semakin ketat, yang beliau lakukan adalah dengan memberikan sebuah pelayanan

---

<sup>23</sup> Muslich, “*Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofis, normatif, dan Subtansi Implementatif*”, (Yogyakarta, Ekonosia Fakultas Ekonomi, 2004), hal 46.

<sup>24</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Wijayakusuma, “*Menggagas Bisnis Dalam Islam*”, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), Hal.15

<sup>25</sup> Norvadewi, “Bisnis Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1 , No.1, 2015. Hal 33.

dengan sebaik baiknya dan menyebut spesifikasi barang tersebut dengan jujur termasuk jika ada minus pada barang yang dijual tersebut.<sup>26</sup>

Sudah dijelaskan dalam firman Allah tentang bersaing bisnis didalam surah Al-Mulk ayat 15;

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ تَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

*Artinya : Dialah yang menjadikan bumi itu sangat mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjuru dan makanlah sebahaimana rezekinya. Dan hanya kepada-Nya lah kamu (kembali) dibangkitkan. (Qs-Al-Mulk: 15).*<sup>27</sup>

Maksud dari surah diatas adalah berjalanlah kalian kemanapun yang kamu kehendki di berbagai kawasannya, serta lakukan perjalanan mengelilingi semua daerah dan kawasan untuk keperluan mata pencaharian dan perniagaan. Dan ketahuilah bahwa upaya kalian tidak dapat memberi manfaat sesuatu apapun bagi kalian, kecuali Allah sendiri yang berkehendak.<sup>28</sup>

Nabi muhammad SAW telah menunjukan dirinya sebagai pedagang yang argumentatif dan komunikatif. Sehingga banyak pelanggan atau

---

<sup>26</sup> Utari Evy Cahyabi, "Strategi Berbisnis Dalam Berbisnis Secara Islam", *Al-Tijarah*, Vol.2, No.1, 2016. Hal 57

<sup>27</sup> Depatemen Agama Republik Indonesia Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Bandung: PT. Mizan Publishing House, 2011), hal. 564

<sup>28</sup> <http://tafsir-surah-al-mulk-ayat-15-berkenalanlah-hingga-sadar-ke-fanaan-dunia-dan-kekekalan-allah/>

mitra bisnis yang merasa senang jika berbisnis denganNya, berikut adalah strategi atau teori bisnis yang Nabi Muhammad SAW gunakan:

a) Siddiq (jujur atau benar)

Jujur merupakan nilai dasar dari integritas, iklas dan keseimbangan emosiona. Jujur dapat melandaskan suatu ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Dimana seseorang yang berusaha untuk jujur akan dicatat oleh Allah sebagai seorang yang dijauhi oleh perbuatan dusta, karena suatu perbuatan dusta mengantarkan pada kejahatan.<sup>29</sup> Sebagaimana Nabi Muhammad sebagai seorang pedagang yang telah berbuat shidiq (jujur) dan adil kepada anak buahnya atau kepada pembeli saat melakukan transaksi perdagangan, disamping itu Nabi Muhammad juga menasehati sabahatnya untuk berbuat hal serupa.<sup>30</sup>

b) Amanah (terpercaya atau dapat dipercaya)

Sikap amanah merupakan suatu nilai dasar terpercaya, didalam berbisnis adanya kepercayaan, tanggung jawab dan transparan serta tepat waktu ini juga sangat dianjurkan dalam kegiatan berbisnis. Maksud dari amanah adalah

---

<sup>29</sup> Nafiudin, "Memahami sifat Shidiq Nabi Muhammad SAW Perspektif Islam", *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol.6, No.2, 2018. Hal 118

<sup>30</sup> Lalu Muh Shabirin, "Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Gengang Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Bisnis", *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol 2, No. 1, 2017. Hal 7

mengembalikan hak apa saja kepada pemilik, tidak mengambil sesuatu melebihi hak dan tidak mengurangi hak orang lain. Maka jika seseorang yang diberi suatu amanah harus benar-benar menjaga dan memegang amanah tersebut agar tidak merugikan orang lain.<sup>31</sup>

c) Fathonah (cerdas)

Fathonah berarti memiliki suatu pengetahuan yang luas, nilai serta memiliki visi dalam suatu hal yang akan dikerjakan saat berbisnis dan bisa menjelaskannya. Sifat ini menimbulkan kreatifitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat ibaratnya melakukan suatu kegiatan melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju pada manusia yang utuh dan memiliki pola pemikiran tauhid serta berprinsip hanya karena Allah.<sup>32</sup>

d) Tabligh (komunikatif –promotif)

Tabligh merupakan suatu ajakan untuk mengajak sekaligus memberi contoh kepada semua pihak lain supaya

---

<sup>31</sup> Ibid. 118

<sup>32</sup> Biki Zulfikari Rahmat, “Corporate Social Responsibility Dalam Etika Bisnis Islam”, *Jurnal Amwaluna*, Vol.1, No. 1, 2017. Hal 112

melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari terlepas dari berbisnis ataupun tidak.<sup>33</sup>

Berdasarkan sifat-sifat tersebut dalam konteks berbisnis dalam perspektif Islam, para pelaku usaha atau semua pihak dituntut untuk tidak bersikap kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam melakukan bisnisnya. Mereka dituntut untuk menepati janji, tepat waktu, dan mengakui kelemahan serta kekurangan (tidak di tutup-tutupi), selalu berusaha memperbaiki kualitas suatu barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh berbohong.

### **3. Pengertian kepuasan pelanggan**

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai rasa puas ataupun kecewa yang telah dirasakan seseorang dari membandingkan kinerja suatu produk yang berhubungan dengan yang diharapkan seseorang tersebut. Sama halnya menurut Kloter dalam rangkuti adalah sebuah hasil yang diterima suatu produk yang berhubungan dengan ekspektasi seseorang yang khususnya para customer atau pelanggan.<sup>34</sup>

Kepuasan pelanggan bisa diartikan sebagai tingkat perasaan dari customer atau pelanggan yang telah membandingkan kinerja atau hasil yang telah ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Perbandingan

---

<sup>33</sup> Ibid. 112

<sup>34</sup> Freddy Rangkuti, "*Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integritas Marketing Communication*", (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), Hal. 23



antara harapan dan kinerja tersebut yang akan menghasilkan suatu perasaan kecewa atau senang. Apabila hasil dari kinerja tersebut bisa sesuai harapan atau bahkan bisa melebihi dari harapan tersebut maka customer atau pelanggan akan senang dan puas dan begitupun sebaliknya jika hasil kerja tidak sesuai yang diharapkan para customerpun tidak akan membeli kembali produk tersebut dan merasa kecewa atau tidak puas.

Menurut Kloter dalam Setyawan kepuasan konsumen diciptakan melalui pelayanan, kualitas, dan suatu nilai. Sebagaimana berikut yang akan diuraikan satu persatu:

- a. Kualitas : kualitas sangat mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, dimana kualitas akan mendorong suatu customer atau konsumen untuk menjalin suatu hubungan bisnis yang erat dengan perusahaan. Kepuasan pelangga ini yang akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan pada perusahaan yang dimana memberikan kualitas yang memuaskan bagi mereka dan mereka bisa merasa senang dan bahagia.
- b. Pelayanan customer atau pelanggan : pelayanan ini tidak hanya menjawab pertanyaan dan keluhan yang telah di alami konsumen mengenai produk yang telah di beli, namun lebih dari pemecahan suatu masalah yang timbul setelah pembelian dari konsumen tersebut baik yang kecewa maupun yang merasa puas dan senang dengan produk yang telah dibelinya.

- c. Nilai : nilai yang dimaksud disini adalah nilai selisih antara jumlah nilai pelanggan dengan jumlah biaya penanganan. Jumlah biaya pelanggan merupakan sekelompok biaya yang digunakan untuk menilai, menggunakan membuang produk dan jasa.

Menurut Craves dalam Irawan, mengatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh tiga hal, yaitu :

- a. Kinerja karyawan : yang dimaksud dalam kinerja ini adalah semua pihak yang ada dalam organisasi ini akan mempengaruhi sikap konsumen dan juga karyawan juga.
- b. Persaingan : merupakan kekuatan dan juga kelemahan persaingan juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan memberikan sebuah peluang untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.
- c. Citra atau image : suatu citra atau image dari perusahaan atau merek yang merupakan suatu hal yang juga bisa memberikan suatu keunggulan kompetitif karena hal tersebut akan mempengaruhi suatu tingkat kepuasan customer atau pelanggan.

Oleh karena itu, bagi para pelaku utuntut untuk selalu membuat inovasi dan kreas pada produk yang akan dihasilkan. Karena itu kepuassan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyaitas pelanggan, meningkatnya sebuah reputasi perusahaan, dan dapat meningkatkan efisien produktifitas karyawan. Berdasarkan pengalaman yang sudah diperoleh, pelanggan memiliki kecendrungan untuk

membangun suatu nilai dari ekspektasi tertentu. Nilai ekspektasi ini akan memberikan dampak bagi bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap produk yang telah dirasakan.

Menurut Kloter yang dikutip oleh Tjiptono membeberkan empat metode yang banyak digunakan didalam mengukur kepuasan pelanggan, yakni:

a. Survey Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya banyak penelitian yang mengenai kepuasan pelanggan dan dikaitkan dengan menggunakan metode survey, baik melalui telepon, pos, ataupun melalui wawancara secara pribadi. Dengan melalui survey, perusahaan dapat memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan tersebut dan juga memberikan suatu sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

b. Sistem Keluhna dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan suatu kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan yang memberikan pendapat, saran dan keluhan bagi mereka. Informasi yang diperoleh dari metode ini bisa memberikan suatu ide baru dan bisa menjadi masukan yang berharga kepada perusahaan tersebut.

c. Ghost/ Mystery Shopping

Banyak perusahaan bisa membayar orang untuk bertindak sebagai pembeli potensial untuk melaporkan temuannya tentang kekuatan serta kelemahan yang mereka telah alami dalam membeli produk dari perusahaan dan dari produk pesaingnya.

d. Last Customer Analysis

Perusahaan bisa berusaha menghubungi para pelanggan yang sudah berhenti membeli atau yang telah beralih membeli produk dari perusahaan lainya. Yang diharapkan adalah akan memperoleh suatu informasi yang menyebabkan hal ini terjadi. Informasi ini sangat penting yakni agar mendapat pemahaman mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil suatu kebijakan perbaikan atau penyempurnaan bagi perusahaan selanjunya.<sup>35</sup>

Oleh karena itu, bagi para pelaku usaha di haruskn untuk selalu melakukan suatu inovasi dan berkresi pada setiap produk yang trlah dihasilkan. Sekarang ini harus banyak mengetahui bahwa setiap orang memiliki selera yang sangat berbeda dan juga memiliki selera yang berubah-ubah disetiap waktunya. Konsumen melakukan pembelian suatu barang atau suatu jasa tidak hanya untuk memenuhi kebutuhannya saja namun juga merupakan tuntutan gaya hidup (live style) yang sesuai dengan perkembangan zaman dimana zaman tersebut kiat cepat berubah.

---

<sup>35</sup>Fandy Tjiptono, Ph.D, “Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian” , ( Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hal.370

#### 4. Usaha Mikro Kecil Menengah

##### a. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah

Dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM bahwa sebuah unit usaha makro merupakan sebuah usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro yang sebagaimana telah diatur oleh undang-undang.<sup>36</sup>

Dalam buku Warkum Suminto mengatakan, usaha mikro kecil dan menengah merupakan usaha yang telah dikerjakan oleh suatu perusahaan dengan tenaga kerja tidak lebih dari 50 orang.<sup>37</sup> Usaha skala mikro kecil merupakan sebagian besar dari bentuk usaha mikro dan usaha kecil contohnya pedagang kaki lima, kerajinan tangan, usaha souvenir, dan usaha tahu in.<sup>38</sup>

Dalam tujuan yang ingin tercapai adalah terwujudnya Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) yang mandiri memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam sebuah distribusi dan sebuah produksi kebutuhan pokok, bahan baku serta permodalan menghadapi pasar persaingan bebas.

---

<sup>36</sup> Pasal 1 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

<sup>37</sup> Warkum Suminto, "*Azas-azas Perbankan Islam Dan Lembaga-lembaga Terkait*", (Raja Grafindo Persada, 2004), hal 168

<sup>38</sup> Buchari Alma, "*Kewirausahaan*", (Bandung: Alfabeta, 2010), hal 157

Tambunan menyatakan bahwa UMKM merupakan sebuah usaha yang produktif dan dapat didirikan oleh perorangan, atau yang dilakukan oleh suatu bentuk badan usaha yang diarahkan ekonomi. Pada umumnya pengelompokan UMKM berdasarkan sasaran aset yang dimiliki dan bukan termasuk tanah dan bangunan. UMKM dapat diukur menggunakan jumlah orang yang dikerjakan serta dapat diukur dari omset yang diterima.<sup>39</sup>

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan usaha yang melakukan kegiatan produksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku berupa sumberdaya alam, serta bakat yang dimiliki oleh seseorang dan juga kegiatan tradisional yang ada di daerah tertentu.

#### b. Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) *Usaha Mikro*, merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni, memiliki kekayaan bersih paling banyak 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 300ribu.

---

<sup>39</sup> Puji Hastuti, Agus Nurofik dkk, “*Kewirausahaan UMKM*”. (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 140

- 2) *Usaha kecil*, merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan perusahaan ataupun bukan cabang perusahaan yang dimiliki.
- 3) *Usaha menengah*, merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan cabang perusahaan yang dimiliki.<sup>40</sup>

c. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah

Bisa diakui bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), memiliki peran penting didalam sebuah pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara berkembang namun juga di negara-negara maju. Di negara majupu UMKM pun menjadi peran yang penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut namun juga mmenyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan dengan usaha besar yang ada, seperti halnya di suatu negara berkembang, tetapi juga berkontribusi terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk dosmetik bruto (PDB) yang paling besar jika dibandingkan dari usaha besar.<sup>41</sup>

d. Kelebihan dan Kekurangan Usaha Mikro Kecil Menengah

---

<sup>40</sup> Tulus Tambunan, “*Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*”, ( Jakarta: LP3ES.2012), hal 12

<sup>41</sup> Ibid. 12

Dengan ukuran yang kecil dan tentunya fleksibilitas yang tinggi, usaha kecil menengah memiliki kelebihan dan kekurangan.

Berikut adalah kelebihan dari UMKM:

- 1) *Fleksibilitas oprasional*, usaha kecil menengah yang biasanya dikelola tim kecil yang masing-masing memiliki wewenang untuk menentukan keputusan yang membuat flesibilitas oprasional keseharian.
- 2) *Kecepatan inovasi*, dengan tidak adanya hirarki perorganisasian dan kontrol sebuah, UMKM dapat membuat produk-produk, ide baru yang dirancang serta dapat diluncurkan sesegera mungkin.
- 3) *Struktur biaya rendah*, kebanyakan usaha kecil menengah tidak dikerjakan di komplek perkantoran, hal ini dapat mengurangi biaya ekstra dalam operasionalnya.<sup>42</sup>

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yakni uraian secara terperinci dan sistematis terkait sebuah persoalan yang hendak dikaji, adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

---

<sup>42</sup> Nuramalia Hasanah, Dr. Saparudin Muhtar dkk, “*Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM*”, (Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), hal 22



Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Sri Atun Chasanah, yang dimana penelitian ini berjudul “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepuasan Pelanggan Menurut Pespektif Ekonomi islam, (Studi kasus pada pelanggan listrik pasca bayar di PT. PLN Persero).” Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa PT. PLN Persero menerapkan beberapa bentuk startegi pelayanan agar terciptanya kepuasan pelanggan, diantaranya adalah dengan cara memberikan kemudahan pembayaran atau memperluas jaringan saat membayar melalui PPOB (Payment Poin Online Bank) dan untuk penanganan saat mengalami gangguan jaringan listrik bisa mengguakan aplikasi APKT, aplikasi ini sebagai aduan ketika terjadi gangguan listrik tersebut.<sup>43</sup> Perbedaan dengan penelitian saya adalah terletak pada tempat dan objek yang diteliti, sedangkan kesamaanya adalah meneliti tentang strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Rustian Zaka Rullah, yang dimana penelitian ini berjudul “Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah Pada Leasing FIF (Fideral Internasional Finance)”. Hasil dari penelitian tersebut menggunakan strategi pelayanan berupa memberikan produk yang berkualitas dan memberikan suatu kualitas pelayanan yang ramah dan mengutamakan kepuasan nasabah serta memberikan jaminan keamanan bagi nasabah agar nasabah merasa puas dan

---

<sup>43</sup>Sri Atun Chasanah, “*Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepuasan Pelanggan Menurut Pespektif Ekonomi islam, (Studi kasus pada pelanggan listrik pasca bayar di PT. PLN Persero)*”, ( Skripsi, IAIN Purwokerto, 2015)

senang. Perbedaan pada penelitian saya terletak pada objek dan tempat penelitian, sedangkan kesamaannya adalah meneliti tentang strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.<sup>44</sup>

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Nasirotul Rarih, yang dimana penelitian ini berjudul “Internet Marketing dan kepuasan pelanggan (*Study Deskriptif Kualitatif Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja Online Online di Spoonfork Shop*)”. Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa dari hasil wawancara yang ada di dalam penelitian ini mengatakan, peneliti menyimpulkan mengenai kepuasan pelanggan dalam berbelanja online di spoonfork shop sebagai berikut : pelanggan spoonfork mendapatkan sebuah kepuasan berbelanja secara online dari faktor-faktor kualitas produk, keamanan, dan suatu pelayanan dari pihak pemilik. Sementara itu dengan faktor lain seperti desain web dan kualitas pengiriman lebih diabaikan karena tidak menjadi penyebab utama dalam memperoleh suatu masalah pelayanan.<sup>45</sup> Perbedaan dengan penelitian saya adalah terletak pada tempat dan objek yang diteliti, sedangkan kesamaannya adalah meneliti tentang strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Samsul Fuad, yang dimana penelitian ini berjudul “Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Dalam

---

<sup>44</sup> Rustika Zaka Rullah, “Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah Pada Leasing FIF (*Federal Internasional Finance*)”, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2015)

<sup>45</sup> Nasirotul Rarih, “Internet Marketing dan kepuasan pelanggan (*Study Deskriptif Kualitatif Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja Online Online di Spoonfork Shop*)”, *Jurnal Ilmiah*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2014

Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Home Industri Iwan Bubut di Badamita, Rakit, Kabupaten Banjar Negara”. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi marketing dalam meningkatkan kepuasan konsumen antara lain dengan cara melakukan sebuah inovasi sebuah produk serta menambah jaringan promosi melalui media sosial.<sup>46</sup> Perbedaan dengan penelitian saya adalah terletak pada tempat dan objek yang diteliti, sedangkan kesamaanya adalah meneliti tentang strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh M Ansyari Rahman, yang dimana penelitian ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT.Tiara Putri Manunggal Banjarbaru”. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa PT. Putri Manunggal Banjarbaru memasarkan produknya dengan menggunakan suatu perumusan strategi pemasaran yang bermula dari suatu strategi segmen pasar, strategi penentuan pasar sasaran dan strategi posisi pasar serta dengan mengembangkan bauran pemasaran marketing mix 4p.<sup>47</sup> Perbedaan dengan penelitian saya adalah terletak pada tempat dan objek yang diteliti, sedangkan kesamaanya adalah meneliti tentang strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

---

<sup>46</sup> Samsul Fuad, “Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Home Industri Iwan Bubut di Badamita, Rakit, Kabupaten Banjar Negara “, (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2017)

<sup>47</sup> M Ansyari Rahman, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT.Tiara Putri Manunggal Banjarbaru”, *Islamic Economic Journal*, Vol.3, No. 2, 2017, Hal 175

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Moh Nasuka, yang dimana penelitian ini berjudul “Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Pelanggan Dengan Layanan Inti”. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan atas dasar nilai-nilai syariah, dimana para pemasar dalam melayani pelanggan harus bersikap dan berperilaku rendah hati, murah hati, dan mengutamakan suatu pelayanan dengan baik agar pelanggan tidak merasa dirugikan.<sup>48</sup> Perbedaan dengan penelitian saya adalah terletak pada tempat dan objek yang diteliti, sedangkan kesamaanya adalah meneliti tentang strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **C. Kerangka Berfikir**

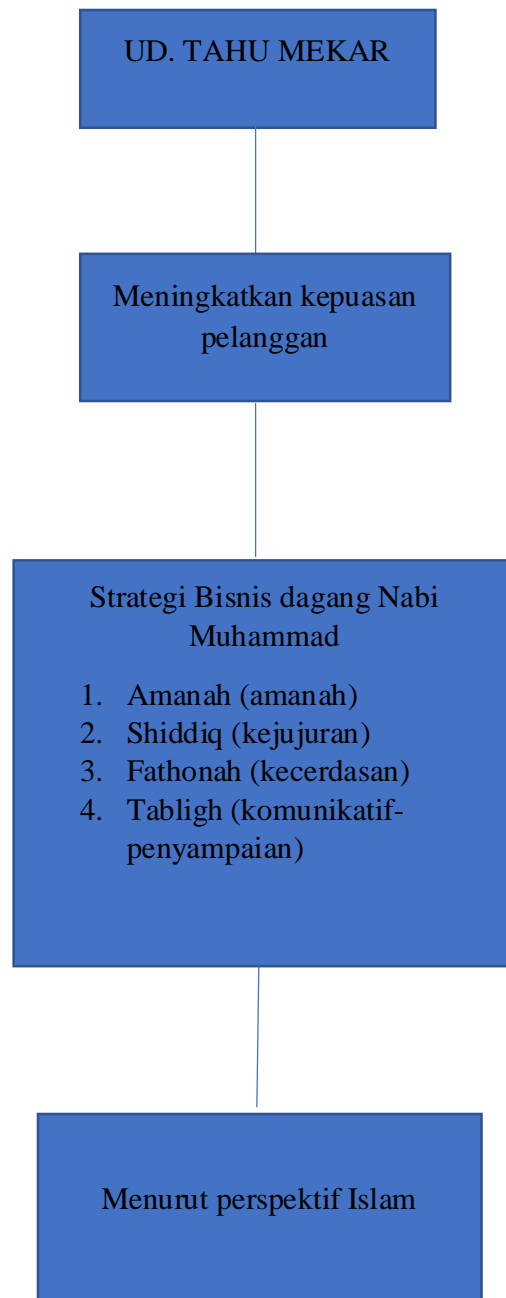
Kerangka berfikir adalah sebuah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>49</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada kerangka pemikiran yang telah disusun sebagai berikut:

---

<sup>48</sup>Moh Nasuka, “Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Pelanggan Dengan Layanan Inti”, *Jurnal Syariah dan Hukum Diktum*, Vo.15 , No. 2 , 2017, Hal. 202

<sup>49</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hal. 88



ambar 2.1 Kerangka Pemikiran

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Metode merupakan suatu proses atau cara yang digunakan dalam sebuah penelitian, sebagaimana metode penelitian digunakan oleh peneliti untuk tahap didalam melakukan suatu penelitian. Metode adalah prinsip, proses, dan prosedur yang digunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban didalam suatu penelitian. Dengan suatu kata lain, metodologi merupakan suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik dalam penelitian.<sup>50</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang dimana menggunakan metode penelitian kualitatif ini merupakan metode penelitian yang tentunya berlandaskan pada filsafat porpositivisme, yang dimana digunakan untuk meneliti suatu objek yang alamia, sebagaimana peneliti sebagai instrument kunci.<sup>51</sup> Menurut Borg dan taylor mendefinisikan metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang

---

<sup>50</sup> Deddy. Mulyana, " *Metodology Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Sosial Lainnya*", (Bandung: PT. Remaja Rokdakarya, 2008), Hlm. 145

<sup>51</sup> Sugiono, " *Metode Metode Penelitian Kombinasi*", (Bandung, Alfabeta, 2012), Hlm.145

menghasilkan data deksriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>52</sup>

## **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan jenis study kasus dengan metode deskriptif, yang dimana penelitian ini menggunakan kasus untuk menjelaskan fenomena dan mengkaitkan dengan teori tertentu.<sup>53</sup> Sedangkan deskriptif merupakan metode yang dimana berfungsi untuk menggambarkan terhadap objek yang akan diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menentukan sifat situasi bagaimana adanya pada waktu penelitian yang dilakukan. Dalam studi deskriptif tidak ada control perlakuan seperti dalam studi eksperimen karena tujuannya adalah menggambarkan “*sesuai apa yang ada dilapangan atau apa adanya*” berkaitan dengan variabel atau kondisi dan situasi.

## **C. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini merupakan dimana tempat proses studi yang digunakan untuk mendapatkan pemecah suatu masalah selama penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan pada lokasi UD. Tahu Mekar milik bapak Reni

---

<sup>52</sup> Lexi J. Moleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Bandung: PT. Remaja Rokdakarya, 2007), Hlm.4

<sup>53</sup>

yang berada di desa sumberjo kulon, kecamatan Ngunut, Tulungagung. Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian ini karena UD. Tahu Mekar memiliki perbedaan dari alat penunjang pembuatan tahu tersebut, UD. Tahu Mekar mempunyai cerobong asap untuk membuat cita rasa tahunya berbeda dibandingkan dengan kompetitor pesaing tahu yang ada di desa Sumberjo Kulon yang belum memiliki cerobong asap tersebut. Selain itu alasan peneliti mengambil lokasi penelitian UD. Tahu Mekar ingin mengetahui strategi bersaing yang dilakukan UD. Tahu Mekar dalam perspektif Islam. Selain itu peneliti juga pernah melakukan penelitian dan observasi pada UD. Tahu Mekar sehingga lebih mudah untuk melakukan pencarian data untuk melengkapi hasil penelitian ini.

#### **D. Kehadiran Peneliti**

Kehadiran peneliti pada suatu penelitian merupakan suatu keharusan yang sangat penting dilakukan. Karena dasar penelitian kualitatif ini memerlukan temuan observasi yang dapat dilakukan dengan melakukan wawancara yang dilakukan oleh peneliti itu sendiri secara langsung di lokasi penelitian itu sendiri.

Dalam penelitian ini kehadiran peneliti di dalam UD. Tahu Mekar ini adalah dengan melibatkan pemilik UD. Tahu Mekar yaitu Bapak Reni serta karyawan dan reseller yang ada di UD. Tahu mekar. Dengan melibatkan para karyawan serta reseller di UD. Tahu Mekar ini juga menambah hasil



informasi yang akan dipaparkan oleh peneliti. Adapun waktu yang diperlukan untuk menggali informasi yang dilakukan oleh peneliti kurang lebih memakan waktu 1 sampai 2 bulan mulai di bulan maret sampai mei 2022.

## **E. Sumber dan Jenis Data**

Menurut Arikunto, data merupakan segala fakta dan angka yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi, sedangkan informasi adalah hasil dari pengolahan data yang dipakai untuk keperluan. Data merupakan faktor yang sangat penting karena melalui data bisa memperoleh kerangka-kerangka yang diperlukan untuk membuktikan suatu kebenaran. Dimana dalam penelitian ini menggunakan data primer. Dalam penelitian ini terdapat sumber data yakni data primer.

### **1. Data Primer**

Data primer dapat diartikan sebagai suatu data yang diperoleh langsung oleh peneliti atas penelitian secara langsung dan diperoleh dari lapangan berupa suatu hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, karyawan pabrik, serta masyarakat disekitar.<sup>54</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah sebagai berikut:

- a. Bapak reni selaku pemilik UD. Tahu Mekar

---

<sup>54</sup> Asep Hermawan , “*Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*”, (Jakarta: Grasindo, 2005), Hal.168

- b. Karyawan pembuatan tahu bapak sutri, bapak ageng, bapak candra, bapak arif, bapak hasim, bapak geri, bapak feri, bapak dika, ibu sintia, ibu alia, ibu nanik, ibu lati.
- c. Reseller yang membantu di bagain penjualan, bapak markin, bapak zaenal, bapak totok, bapak maman, bapak sugeng, ibu sulis, ibu winda, ibu asih, ibu anis, ibu ema.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah proses pengumpulan data primer dan skunder di dalam suatu penelitian. Pengumpulan data adalah langkah yang sangat penting karena data yang dikumpulkan akan digunakan sebagai pemecah masalah yang akan diteliti atau menguji hipotesis yang akan dirumuskan.<sup>55</sup> Ada beberapa metode yang digunakan untuk penelitian ini sebagai berikut.

### **a. Observasi**

Observasi merupakan proses pengumpulan data atau keterangan yang akan dilakukan dengan secara langsung ke suatu tempat yang akan diselidiki.<sup>56</sup> Dalam penelitian ini juga dilakukan pula observasi dengan melakukan proses pengamatan secara

---

<sup>55</sup> Sofian Siregar, “*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*” (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm 39

<sup>56</sup> Arikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), Hlm 124

langsung terhadap suatu objek yakni terkait dengan strategi bersaing bisnis UD. Tahu Mekar dalam perspektif Islam.

Di dalam observasi penelitian ini, peneliti langsung terjun ke UD. Tahu Mekar untuk mendapatkan informasi yang valid dan data-data yang dibutuhkan di dalam penelitian ini. Selain itu observasi juga menjadikan peneliti bisa mendeteksi permasalahan-permasalahan yang ada di lapangan. Untuk melakukan observasi ini tidak hanya dilakukan sehari saja, karena filsafat penelitian ini menggendapkan data yang akan dipertanggung jawabkan sehingga sangat penting untuk melakukan observasi ini.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang sering digunakan didalam penelitian kualitatif ini. Melaksanakan teknik ini berarti melakukan interaksi atau komunikasi dengan maksud menghimpun informasi dari interview tersebut. Wawancara ini juga dapat digunakan sebagai teknik untuk pengumpulan data apabila peneliti menemukan sebuah permasalahan yang harus diteliti, dan peneliti juga berkeinginan untuk mengetahui hal apa saja yang berhubungan dengan informasi lebih detail atau mendalam.

Didalam wawancara ini peneliti langsung mendapatkan informasi dari pihak yang diwawancarai untuk memberikan

informasi terhadap data-data yang dibutuhkan secara garis besar antara bapak Reni selaku pemilik perusahaan dan 12 karyawan serta 10 reseller yang ada di UD. Tahu Mekar. Selain mendapatkan hasil wawancara peneliti juga mendatkan gambaran tentang strategi bersaing yang digunakan pemilik UD. Tahu Mekar.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dapat diartikan sebagai data untuk mencari atau mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, surat kabar, notulen rapat, agenda dan sebagainya.

Penelitian ini menggunakan dokumentasi, metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tertulis yang dapat memeberikan informasi dan keterangan sesuai sesuai dengan yang dibutuhkan dilokasi penelitian. Tekhnik ini ini digunakan untuk memperkuat data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini tehnik dokumentasi digunakan dalam menggali data berupa pengambilan gambar dan merekam wawancara untuk menambah data.

## **G. Analisis Data**

Setelah mendapatkan data yang diperoleh dari riset dan dilapangan, langkah berikutnya adalah melakukan analisis terhadap data yang diperoleh. Analisis data adalah suatu proses yang mengatur urutan data, mengorganisasikannya dalam satu pola, kategori dan suatu uraian dasar yang

memberikan arti signifikan terhadap suatu analisis, yang menjeaskan uraian dan mencari hubungan sesuai dimensi-dimensi uraian tersebut. Secara garis besar suatu pelaksanaan analisis data meliputi tiga tahap yaitu penerapan, tabulasi, dan persiapan data yang sesuai dengan pendekatan objek yang akan diteliti.<sup>57</sup>

Dalam penelitian kualitatif ini peneliti mengumpulkan data secara terus-menerus sampai datanya ditemukan dari berbagai sumber. Tahap-tahap menganalisis data sebagai berikut:

- a. Penyajian data berarti mengumpulkan informasi yang telah diberikan kepada peneliti untuk dapat menarik suatu kesimpulan dan mengambil suatu tindakan yang akan dilakukan.<sup>58</sup>
- b. Reduksi data berarti merangkum, memilih pokok-pokok suatu permasalahan yang sedang terjadi, memfokuskan pada suatu hal yang penting dan mencari suatu tema atau opsi yang dianggap tidak perlu.<sup>59</sup> Dengan demikian reduksi data merupakan kegiatan atau proses pemilihan, pemusatan perhatian dan transformasi data mentah yang tentunya diperoleh dari catatan tertulis ketika di lapangan. Reduksi data ini dilakukan pada awal kegiatan penelitian hingga selesai kegiatan pengumpulan data.

---

<sup>57</sup> Suharsimi Arikunto, "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*", (Jakarta: Rineka Cipta.2006), hlm.209.

<sup>58</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Solo : Cakra Books, 2014), hlm. 175

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 338

- c. Verifikasi atau penarikan kesimpulan merupakan langkah terakhir dan mengverifikasi data yang telah didapat. Bertujuan untuk menarik hasil kesimpulan yang harus berdasarkan dari hasil analisis data, baik dari catatan yang diperoleh ketika dilapangan maupun dokumentasi yang berkaitan dengan strategi bisnis UD. Tahu Mekar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menurut pandangan Islam.

#### **H. Pengecekan Keabsahan Temuan**

Supaya data yang diperoleh dilokasi penelitian dapat memperoleh keabsahan, maka peneliti harus melakukan:

- a. Triagulasi, merupakan tektik umum digunakan bagi peningkatan sebuah validasi data dalam penelitian kualitatif
- b. Ketekunan pengamat, yang dimaksudkan menemukan ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan personal atau isu yang sedang dicari dan kemudian memutuskan diri pada hal-hal tersebut secara rinci
- c. Dengan menggunakan bahan referensi, adanya sebuah pendukung berupa materi untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti.<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*”, (bandung: alfabeta 2016) hal. 275.

- d. Perpanjangan keikutsertaan, penelitian ini menjadikan sebagai instrument atau keterlibatan peneliti dalam pengumpulan data tidak cukup dalam waktu yang singkat, tetapi memerlukan perpanjangan leikut sertaan pada latar penelitian agar terjadi peningkatan derajat kepercayaan atas data yang dikumpulkan.

## **I. Tahap-tahap Penelitian**

Tahap pada saat melakukan penelitian, terdapat beberapa deretan tahap yang sangat perlu di lakukan agar menghasilkan sebuah penelitian yang lebih berfokus pada kajian masalah dan ter arah.

- a. Tahap persiapan

Diawali dengan melakukan survey dilokasi yang akan dijadikan objek untukmelakukan penelitian dan membuat rancangan yang dilakukan dengan menyiapkan instrumen yang diperlukan dalam pelaksanaan observasi wawancara dilapangan

- b. Tahap pelaksanaan

Dalam melakukan pelaksanaan penelitian ini, peneliti melakukan observasi, wawancara dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar serta karyawannya dan sambil melakukan pengamatan, mengajukan pertanyaan serta mengambil bebrapa dokumentasi untuk memenuhi hasil penelitian tersebut.

- c. Tahap penyelesaian

Dalam tahap ini, peneliti melakukan pengumpulan, penafsiran serta memverifikasi data serta informasi yang telah diperoleh sehingga dapat menyusun dalam sebuah laporan penelitian dengan tahap-tahap yang mengikuti pedoman skripsi. Tahap penyelesaian ini merupakan tahap terakhir dalam serangkaian aktivitas penelitian.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Profil UD.Tahu Mekar**

Letak lokasi UD. Tahu Mekar ini berada di Desa Sumberjo Kulon RT 03/ RW 04, Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Sebelum membuka usaha tahu ini, si pemilik Bapak Reni membuka usaha ternak bebek dan akhirnya mengalami kegagalan atau gulung tikar dikarenakan harga pakan ternak bebek yang sangat tinggi dan tidak signifikan dengan hasil jual telur bebek tersebut dan akhirnya bisnis ternak bebek itu tutup. Selang beberapa tahun kemudian akhirnya memutuskan untuk membuka usaha lagi yaitu usaha tahu, dengan begitu banyak pertimbangan dan akhirnya secara perlahan bisa membuka usaha ini. Usaha tahu ini berdiri sejak tahun 2010 dan sampai sekarang tetap menjadi usaja yang ditekuni Bapak Reni dan istrinya.

Berjalanya waktu usaha tahu ini cepat berkembang dan meningkat dalam beberapa tahun terakhir dan mudah bersaing di lingkup Desa Sumberjo kulon. UD. Tahu Mekar ini mengutamakan tentang kualitas

produk yang di kelola maka dari itu produk tahu mekar ini sangat digemari

atau disukai di daerah tersebut bahkan tidak hanya di daerah sumberjo kulon saja. Dari beberapa industri tahu yang ada di desa sumberjo kulon kecamatan ngunut, UD. Tahu Mekar ini memiliki keistimewaan tersendiri di bandingkan yang lain keistimewaanya terletak pada rasa yang berbeda dengan yang lain dan memiliki ciri khas tersendiri.

Berdiri sejak tahun 2010 yang kurang lebih memasuki tahun ke 12, UD. Tahu Mekar ini memiliki omset yang sangat besar mencapai 6 juta per hari dengan 70 masakan setiap harinya (keseluruhan hasil kotor). Dengan meningkatnya daya beli masyarakat terhadap olahan tahu di UD. Tahu Mekar ini membuat ketertarikan dengan membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar rumah Bapak Reni pemilik UD. Tahu Mekar yang sampai saat ini memiliki 10 reseller yang membantu penjualan tahu di UD. Tahu Mekar dan memiliki 12 karyawan yang dibagi menjadi 2 shif, yang pertama bekerja jam 03:00 dan yang ke dua mulai jam 09:00 sampai selesai.

## **2. Visi dan Misi**

Adapun visi dan misi yang telah direncanakan oleh Bapak Reni selaku pemilik UD. Tahu Mekar sebagai berikut:

### **a. Visi**

- 1) Bermanfaat bagi lingkungan sekitar di Desa Sumberjo kulon

- 2) Bisa membantu perekonomian warga sekitar rumah dengan cara membuka lapangan pekerjaan
- 3) Bisa menjadikan UD. Tahu Mekar lebih profesional dalam hal olahan makanan serta bisa membuat konsumen merasa puas dengan pelayanan serta rasa dari tahu yang ada diolah oleh UD. Tahu Mekar

b. Misi

- 1) Melakukan proses pengolahan secara baik dan beraturan yang membuat produk tahu ini menjadi lebih berkualitas
- 2) Bekerja dengan memperhatikan standart dan keamanan yang terjaga
- 3) Menggunakan bahan baku yang berkualitas baik
- 4) Bekerja tepat waktu dan disiplin
- 5) Dan bisa membuat konsumen merasa puas

### **3. Struktur Organisasi**

Sebuah perusahaan yang besar ataupun kecil sangat penting untuk memiliki struktur organisasi. Hal ini bisa terjadi karena jika sebuah organisasi memiliki struktur organisasi dapat lebih mudah untuk mengatur dengan jelas mengenai tugas dan wewenang setiap anggota dari organisasi. Dengan ini, maka struktur organisasi yang baik dapat menunjang kelancaran dari sebuah progam kerja organisasi itu sendiri. Adapun struktur organisasi UD. Tahu Mekar sebagai berikut:

Nama	Keterangan/jabatan
Reni Dwi Santoso	Pemilik UD. Tahu Mekar
Sutris	Karyawan
Ageng	Karyawan
Candra	Karyawan
Sintia	Karyawan
Alia	Karyawan
Arif	Karyawan
Hasim	Karyawan
Geri	Karyawan
Nanik	Karyawan
Lati	Karyawan
Feri	Karyawan
Dika	Karyawan
Markin	Reseller
Zaenal	Reseller
Sulis	Reseller
Totok	Reseller
Winda	Reseller
Maman	Reseller

Sugeng	Reseller
Asih	Reseller
Anis	Reseller
Erna	Reseller

Tabel 4.1. Struktur organisasi UD. Tahu Mekar

Pemilik UD. Tahu Mekar ini adalah Bapak Reni Dwi Santoso, yang memiliki sebuah kewenangan dan tanggung jawab terhadap seluruh kegiatan dan tanggung jawab terhadap pengelolaan keuangan.

Pada bagian produksi yang bertanggung jawab adalah seluruh karyawan, dimana mereka yang melakukan semua produksi pembuatan tahu mulai menyiapkan bahan dan mencetak tahu. Pada bagian pemasaran adalah tugas dari Bapak Reni sendiri dan pada bagian pemasaran tahunya bapak reni juga dibantu oleh 10 resellernya.

## **B. Hasil Temuan Peneliti**

### **1. Implementasi Bisnis di UD. Tahu Mekar Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam**

Implementasi bisnis dalam islam yang menerapkan kepuasan pelanggan disini adalah berupa penerapan bisnis secara islam serta menerapkan bisnis dengan berpatokan pada syariat Allah SWT. Dengan

adanya bisnis yang berpatok kepada syariat Allah SWT dapat menjadikan bisnis tidak hanya semata-mata mencari keuntungan namun juga mencari ridho Allah SWT.

Dalam UD.Tahu Mekar ini juga menerapkan teori yang telah dipaparkan oleh kloter sebagai acuan untuk menerapkan bisnis dngan mengutamakan kepuasan pelanggan sebagaimana berikut:

a. Kualitas

kualitas sangat mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, dimana kualitas akan mendorong suatu customer atau konsumen untuk menjalin suatu hubungan bisnis yang erat dengan perusahaan. berikut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan bapak Reni terkait dengan siddiq yakni sebagai berikut:

“saya memprioritaskan bahan baku yang berkualitas untuk menghasilkan olahan tahu yang berkualitas supaya para customer merasa puas dengan tahu yang saya buat. Serta saya juga menambah varian ukuran tahu yang awalnya dulu hanya 3 ukuran sekarang menjadi 4 supaya para customer merasa puas dan senang”<sup>61</sup>

Hal serupa juga dikatakan Bapak Candra selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar:

---

<sup>61</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 30 mei 2022 pukul 20.00 WIB

“benar yang dikatakan bapak reni, UD. Tahu Mekar ini memprioritaskan bahan baku tahu yang berkualitas supaya menghasilkan olahan tahu yang berkualitas juga.”<sup>62</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar memprioritaskan bahan baku tahu yang berkualitas supaya produk tahu yang dihasilkan bisa berkualitas dan membuat pelanggan bisa puas.

b. Pelayanan customer

pelayanan ini tidak hanya menjawab pertanyaan dan keluhan yang telah di alami konsumen mengenai produk yang telah di beli. Berikut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan bapak reni terkait pelayanan customer yakni sebagaimana berikut:

“Semua masukan sudah kami terima dan kami respon dengan baik, jadi bisa kami simpulkan bahwa pelanggan puas dengan pelayanan yang kami sediakan.”<sup>63</sup>

Begitu juga yang dikatakan Bapak Maman selaku reseller di UD.Tahu Mekar:

“Kami selaku reseller selalu menerima permintaan dari pelanggan untuk menambah stok tahu yang UD. Tahu Mekar buat serta selalu menerima masukan dari para customer”<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Candra selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 31 mei 2022 pukul 09.00 WIB

<sup>63</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 30 mei 2022 pukul 20.00 WIB

<sup>64</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Maman selaku reseller di UD.Tahu Mekar pada tanggal 31 mei 2022 pukul 12.00 WIB



Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Bapak Reni selaku pemilik UD. Tahu Mekar UD ini selalu menerima masukan dari para customernya dan bisa memenuhi permintaan yang mereka inginkan.

Begitu pula dengan pemilik UD. Tahu Mekar yaitu Bapak Reni juga menerapkan bisnisnya yang berkaitan dengan pandangan Islam atau menerapkan nilai yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. ketika melakukan bisnis ini seperti berikut:

a. Siddiq atau kejujuran

Didalam bisnis kejujuran merupakan yang utama dan dapat mencerminkan suatu sifat manusia. Berkata jujur dan tidak membohongi pembeli serta tidak memanipulasi barang atau jasa yang akan dijual dapat membuat pembeli senang dan bisa kembali membeli produk yang telah dibelinya. berikut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan bapak Reni terkait dengan siddiq yakni sebagai berikut:

“Untuk hal itu saya dan para reseller melakukan suatu pelayanan yang baik dan ramah serta tidak berkata bohong kepada customer dan memberikan sedikit informasi tentang spesifikasi tahu yang saya buat tanpa menjatuhkan produk tahu orang lain, itu juga saya sampaikan ke seluruh reseller yang membantu saya dalam melakukan penjualan tahu ini, intinya itu saya berkata jujur tentang spesifikasi tahu yang saya buat. Jadi para customer saya merasa puas dan merasa ada

keterbukaan atau kejujuran antara saya dan customer tanpa menutupi olahan tahu yang saya buat.”<sup>65</sup>

Hal serupa juga dikatakan bapak zaenal selaku reseller

UD.Tahu Mekar:

“Saya selalu memberikan informasi kepada setiap customer yang membeli produk tahu ini tanpa sedikit pun menjatuhkan produk pesaing kami karena menurut saya itu adalah suatu tindakan yang salah serta dilarang dalam agama Islam dan customerpun merasa nyaman dengan pelayanan itu.”<sup>66</sup>

Hal serupa juga dikatan Bapak Markin selaku reseller di

UD.Tahu Mekar:

“Hal yang saya lakukan juga seperti yang dibilang Bapak Zaenal itu, saya selalu memberikan informasi tentang produk tahu yang saya jualsupaya memudahkan cutomer dan para customer juga lebih nyaman dengan pelayanan saya, tentunya dengan maksud untuk menarik minat para customer serta agar customer tetap bertahan pada produk oalahan tahu UD.Tahu Mekar”<sup>67</sup>

Dari hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa Bapak Reni menerapkan tentang kejujuran itu ke reseller supaya berjualan dengan jujur dan menjelaskan tentang spesifikasi ke konsumen supaya customer lebih mudah untuk memilih olahan tahunya. Dan para customerpun juga merasa nyaman dengan pelayanan itu.

---

<sup>65</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 25 maret 2022 pukul 20.00 WIB

<sup>66</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Zaenal selaku reseller di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 12.00 WIB

<sup>67</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Markin selaku reseller di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 12.00 WIB

Sedangkan Bapak Reni juga menjelaskan mengenai penerapan soal siddiq ke para karyawan, sebagaimana hasil wawancara saya ke Bapak Reni sebagai berikut:

“Saya selalu memberikan himbauan agar tidak mengurangi atau melebihi bahan-bahan pembuatan tahu sesuai prosedur yang saya buat, agar target yang saya tetapkan tidak meleset karena saya selalu menargetkan pembuatan tahu setiap harinya dan saya menjaga cita rasa tahu saya.”<sup>68</sup>

Hal serupa juga dikatakan Bapak Candra selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar:

“Saya selalu menerapkan apa yang bapak reni katakan, dan saya selalu mengikuti prosedur pabrik tahu UD.Tahu Mekar ini. Karena UD.Tahu Mekar ini menargetkan tahunya dengan menahankan citarasa karena tahu mekar ini memiliki khas tersendiri.”<sup>69</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar memberikan ajaran kejujuran kepada seluruh reseller supaya berjualan dengan jujur dan memberitahukan tentang spesifikasi tahunya dengan jujur agar para customer merasa puas dengan pelayanannya.

#### b. Amanah

---

<sup>68</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 25 maret 2022 pukul 20.00 WIB

<sup>69</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Candra selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 09.00 WIB

Didalam setiap bisnis atau pekerjaan yang lain, amanah merupakan suatu hal yang sangat dijaga, karena nilai dasar untuk orang lain percaya ialah dengan mengutamakan amanah, kepercayaan dan tanggung jawab. Di UD.Tahu Mekar pun juga mengutamakan rasa amanah itu. Adapun hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan amanah yakni sebagai berikut:

“saya selalu menanamkan rasa amanah atau tanggung jawab pada karyawan saya adalah bekerja tepat waktu yang sudah saya terapkan dan untuk saya sendiri memberikan gaji dengan tepat waktu serta memberi gaji dengan hasil kerja mereka tanpa saya menguranginya, karena dari karyawan saya ada yang meminta gaji perhari, perminggu dan ada juga yang perbulan sekali. Kalau untuk reseller saya, saya memberikan bagian yang rata tanpa adanya berat sebelah seperti contohnya semua saya kasih 4 bag isi tahu itu semua saya kasih rata 4 bag tahu, jadi saya tidak berat sebelah, namun jika ada salah satu reseller saya minta lebih untuk pesanan seseorang itu nanti bisa kasih lebih dengan syarat ada alasan tertentu dan dengan jujur. Serta untuk para customer saya memeberikan sesuai yang mereka beli, jadi kalau mereka beli 10.000 saya memberi tahu itu dengan jumlah yang mereka beli, adapun juga pesanan tahu dari customer saya harus memberikan itu sesuai pesanan mereka, jadi customer itu tidak kecewa dengan pelayanan yang ada di UD.Tahu Mekar tempat saya dan para customer merasa kalau saya sudah amanah.”<sup>70</sup>

Begitu juga yang dikatakan Bapak Maman selaku reseller di

UD.Tahu Mekar:

---

<sup>70</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 25 maret 2022 pukul 20.00 WIB

“Saya selaku reseller di UD.Tahu Mekar ini selalu memberikan pelayanan dengan baik, dengan cara menepati janji kepada para customer dengan memberikan jumlah tahu sesuai yang mereka beli atau mereka pesan dengan saya, dengan begitu para customer bisa senang dan merasa saya bisa menepati janji dan bapak reni juga membagi jumlah tahu yang akan kita jual tapi kalau ada yang memesan banyak saya juga bilang kepada bapak reni supaya dilebihkan”<sup>71</sup>

Hal serupa juga dikatakan Bapak Sutris selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar:

“Saya dan teman-teman yang bekerja di bagian membuat tahu di UD.Tahu Mekar ini selalu berkerja sesuai prosedur dan arahan dari Bapak Reni supaya tahu yang saya buat bisa sesuai keinginan dari Bapak Reni serta para customer, dan untuk sejauh ini bapak reni tidak pernah terlambat dalam hal gaji untuk karyawannya.”<sup>72</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar memberikan contoh amanah kepada karyawan dengan cara memberikan gajinya tepat waktu dan kepada reseller bapak reni membagi rata olahan tahu yang akan dijual oleh para reseller tanpa ada unsur berat sebelah serta memberikan rasa amanah kepada customer dengan cara memberikan pelayanan sesuai yang mereka beli dan jika ada yang pesan tahu bapak reni selalu memberikan itu dengan nominal yang mereka beli tanpa menguranginya.

---

<sup>71</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Maman selaku reseller di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 12.00 WIB

<sup>72</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Sutris selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 09.00 WIB

c. fathonah atau kecerdasan

fathonah atau kecerdasan yang dimaksud disini adalah cerdas dalam melakukan suatu pemasaran dan promosi suatu produk, dimana yang berfungsi untuk memperluas jangkuan pemasaran produk supaya para customer meningkat dan daya beli masyarakatjuga meningkat. Adapun hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan fathonah yakni sebagai berikut:

“kalau untuk bisnis ini saya melakukan cara menambah varian ukuran tahu yang awalnya cuma ada 3 saja, sekarang saya menambah dengan 4 varian ukuran yaitu yang harga Rp.350, Rp450, Rp.500 dan Rp.600. Dengan banyaknya varian ukuran itu customer bisa memilih sesuai yang ia inginkan dan bisa menambah produk saya, untuk kedepanya saya akan menambah varian tahu kuning untuk bisa menarik customer lebih banyak. Selain menambah varian tahu saya juga melakukan promosi-promosi penjualan tahu yang dimana saya lakukan melui media sosial seperti facebook, instagram ataupun melalui pamflet agar bisa memperluas jaringan. Dengan banyaknya pesaing tahu di Desa Sumberjo kulon yang kurang lebih ada 30 pabrik tahu saya lebih mengfokuskan untuk menambah target penjualan saya, tanpa ada rasa untuk menjatuhkan produsen tahu yang lain dan menurut saya jika hal itu terjadi maka usaha saya ini akan percuma dan juga dilarang oleh agama. Jadi pada intinya saya melakukan persaingan bisnis dengan aturan Islam yang saya tau dan menjahui larangan yang ada dan hal ini bisa membuat konsumen bisa merasa puas dengan pelayanan yang saya berikan.”<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 25 maret 2022 pukul 20.00 WIB

Hal serupa juga dikatakan bapak sutris selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar:

“Benar yang dikatakan bapak reni tersebut, sebelumnya di UD.Tahu Mekar ini cuma ada 3 varian ukuran tahu yang dijual. Setelah banyak pesanan dan banyaknya peminat akhirnya bapak reni memutuskan untuk menambah variannya yang dimana ukuran tahu ditambah satu dengan ukuran yang paling besar, dengan adanya itu bisa membuat minat pembeli semakin banyak dan bisa bersaing dengan produsen tahu yang ada di sekitar Desa Sumberjo Kulon.”<sup>74</sup>

Hal serupa juga dikatakan Bapak Dika selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar:

“Untuk menambah varian ukuran tahu bagi saya tidak masalah dan saya merasa senang karena menurut saya UD.Tahu Mekar ini bisa diandalkan dalam segi persaingan dan bisa menerima saran dari para customernya. Menurut saya Bapak Reni sangat bisa menerapkan persaingan dengan baik tanpa menjatuhkan pesaing tahu yang ada di Desa Sumberjo kulon. Selain itu bapak reni juga mempromosikan jualan tahu ini lewat media social yang sekarang lagi trending.”<sup>75</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar, dalam melakukan persiapan bisnis ini Bapak Reni mengfokuskan untuk menambah varian tahu dan memperbanyak promosi tentang produknya melalui media social seperti facebook ataupun melalui pamphlet supaya menambah minat pembeli dan bisa memperluas jaringan

---

<sup>74</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Sutris selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 09.00 WIB

<sup>75</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Dika selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 09.00 WIB

agar para customer tidak hanya di lingkungan desa Sumberjo Kulon saja dan juga berlandaskan pada aturan Agama Islam yang Bapak Reni tau.

d. Tabligh atau komunikatif

Tabligh atau biasanya disebut dengan memberi nasihat dalam kebaikan yang dimana memiliki peran sangat penting supaya tidak melanggar dari syariat ajaran Islam. Didalam suatu bisnis, tabligh berperan sangat penting karena sejatinya bisnis tidak hanya mencari untung namun juga mencari ridho dari Allah SWT. Adapun hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan tabligh yakni sebagai berikut:

“saya memberi sedikit pesan untuk semua karyawan dan reseller saya untuk bekerja dengan baik, jujur dan saya mewajibkan untuk sholat 5 waktu walaupun itu dijam kerja, jadi kalau waktu kerja ada jam sholat seperti dhuhur, itu saya wajibkan untuk berhenti bekerja sejenak untuk melakukan sholat, karena sebaik-baiknya kita bekerja itu tidak terlepas dari peran Allah. Kalau untuk tempat sholat saya sudah siapkan di sudut area pabrik saya ada mushola, jadi biar mudah untuk melakukannya.”<sup>76</sup>

Hal serupa juga dikatakan Bapak Sutris selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar:

“benar apa yang dikatakan Bapak Reni tersebut, jadi seluruh karyawan bagian pembuatan tahu diwajibkan untuk berhenti

---

<sup>76</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 25 maret 2022 pukul 20.00 WIB



sejenak untuk melakukan sholat jika waktunya sholat, dan menurut saya itu sangat baik karena disamping saya bekerja, saya juga bisa mendekatkan diri kepada Allah.”<sup>77</sup>

Hal serupa juga dikatakan bapak Arif selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar:

“untuk melakukan kewajiban sholat, bapak reni sudah menyiapkan itu semua, dari mushola sudah ada dan alat seperti sarung ataupun mukenah sudah ada, saya dan teman teman sudah melakukan itu namun ada juga yang bandel tapi bapak reni sudah memakluminya dan menyadari karena waktu membuat tahu itu pakaian kita kotor.”<sup>78</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar, memberikan suatu nasihat supaya bekerja dengan hati dan bekerja dengan mendekatkan diri kepada Allah dengan cara melakukan sholat pada saat jam sholat supaya dari hasil kerja bisa memberi barokah tersendiri untuk para pekerja di UD.Tahu Mekar.

## **2. Kendala implementasi bisnis tahu UD. Tahu Mekar Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam**

Pada dasarnya didalam suatu organisasi atau bisnis, penerapan persaingan demi memajukan organisasi atau bisnisnya sangatlah penting.

Karena penerapan bisnis bisa berdampak baik atau buruk dalam suatu

---

<sup>77</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Sutris selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 09.00 WIB

<sup>78</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Arif selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 09.00 WIB

perusahaan itu. Adapun kendala yang dihadapi oleh UD.Tahu Mekar dalam menerapkan persaingan bisnis yang meniru teori dari kloter yakni sebagai:

a. Kualitas

Dimana kualitas ini sangat berperan penting dalam suatu bisnis dari perusahaan tersebut, tanpa adanya kendala suatu perusahaan tidak akan bisa berkembang dengan baik. Ada juga kendala dalam kualitas produk yang dialami bapak reni selaku pemilik UD. Tahu Mekar sebagai hasil wawancara berikut:

“Kalau soal kendala dalam kualitas produk kami berada pada bahan baku pembuatan tahu ini, namun berjalanya waktu kedelai yang menjadi pemicu awal sudah bisa dihindari karena adanya kedelai ekspor yang dimana bisa membantu melancarkan penjualan kami dan para customerpun tidak merasa dirugikan juga.”<sup>79</sup>

Hal serupa juga dikatakan bapak sutris selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar:

“Alhamdulillah, untuk kendala soal kualitas ini bapak reni sudah bisa mengatasi dengan baik dan tidak mengganggu proses kinerja UD.Tahu Mekar ini dan juga para customerpun tidak merasa dirugikan, justru bapak reni menambah varian ukuran tahunya supaya para customer merasa puas dan senang.”<sup>80</sup>

Dari hasil wawancara tersebut bisa disimpulkan bawah yang menghambat pembuatan tahu di UD.Tahu Mekar ini adalah

---

<sup>79</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 30 mei 2022 pukul 20.00 WIB

<sup>80</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Sutris selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 31 mei 2022 pukul 09.00 WIB

kedelai, yang dimana kedelai semakin langka dan harganya semakin naik dan juga banyaknya penjualan tahu dan tempe yang mengharuskan penjual kedelai membagi hasil julanya tersebut.

b. Pelayanan customer

Dalam melakukan suatu bisnis dibidang apapun, pelayanan customer adalah yang utama, dengan memberikan pelayanan yang baik dapat membuat customer merasa puas dan bisa senang, adapun kendala saat melakukan pelayanan ini sebagaimana yang dialami oleh bapak reni serta resellernya sebagai berikut:

“Terkadang customer memesan banyak tahu, namun UD. Tahu Mekar ini hanya menyediakan sedikit tahu, dikarenakan beberapa waktu terakhir dan juga sering dikeluhkan customer karena stok tahu sedikit.”<sup>81</sup>

Begitu juga yang dikatakan Bapak Maman selaku reseller di UD.Tahu Mekar:

“Apa yang dikatakan bapak reni itu benar, jadi para customer itu sering mengeluh dengan UD. Tahu Mekar ini karena stok tahu yang dijual hanya sedikit, dikarenakan stok kedelai yang akhir-akhir ini hanya sedikit dan langkanya penjual kedelai.”<sup>82</sup>

Dari hasil wawancara tersebut bisa disimpulkan, seringkali customer merasa kecewa dengan UD. Tahu Mekar ini arena pesanan tahu yang sudah mereka pesan tidak bisa dilayani dengan

---

<sup>81</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 30 Mei 2022 pukul 20.00 WIB

<sup>82</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Maman selaku reseller di UD.Tahu Mekar pada tanggal 31 Mei 2022 pukul 12.00 WIB

baik karena langkanya kedelai dan hal itu yang menghambat pembuatan tahu di UD.Tahu Mekar ini.

Begitu juga dengan menerapkan teori bisnis dari Nabi Muhammad juga tidak terlepas dari kendala yang dihadapinya, berikut kendala yang dihadapi ketika menerapkan teori dari Nabi Muhammad SAW yakni sebagai berikut:

a. Siddiq atau kejujuran

Dalam suatu usaha siddiq atau juga disebut dengan kejujuran sangatlah penting, ada juga kendala yang dihadapi UD.Tahu Mekar sebagaimana yang dijelaskan Bapak Reni dari hasil wawancara sebagai berikut.

“Sering terjadinya kekuarangan jumlah tahu yang dimana para karyawan tidak menghitung tahu yang mereka buat karena mereka terburu-buru utuk pulang lebih awal, dan ini sangat sering terjadi dan merugikan saya karena banyak aduan dari para customer, padahal saya sudah memberikan himbauan agar menghitung jumlah tahu namun mereka menjawab sudah sesuai apa yang saya suruh dan ternyata tahu yang mereka buat kurang dan tidak sesuai yang saya mau.”<sup>83</sup>

Hal serupa juga dikatakan bapak maman selaku reseller tahu di UD.Tahu Mekar:

“benar apa yang dikatakan bapak reni tersebut, saya sering mendapat complain dari customer karena para karyawan

---

<sup>83</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 28 Mei 2022 pukul 19.00 WIB

pembuat tahu tidak jujur dan terburu-buru untuk pulang yang akhirnya membuat saya rugi terhadap yang mereka lakukan.”<sup>84</sup>

Dari hasil wawancara tersebut, Bapak Reni sering mengalami complain dari pelanggan karena tahu yang dibuat kurang memenuhi target dari customer beli.

b. Amanah

Didalam suatu organisasi atau bisnis usaha sangat berperan sangat penting, dalam melaksanakan bisnisnya UD.Tahu Mekar ini juga menerapkan nilai kejujuran kepada karyawan dan reseller , dalam penerapan nilai kejujuran ini UD.Tahu Mekar juga memiliki suatu kendala atau hambatan, sebagaimana yang dijelaskan Bapak Reni saat melakukan wawancara sebagai berikut:

“Banyaknya karyawan yang bekerja dengan sesuka mereka karena disini kalau kerja sudah memenuhi target bisa langsung pulang, namun para karyawan tidak memikirkan dampak dari itu, banyak customer yang sering complain karena rasa tahunya berbeda dan ini yang menyebabkan para karyawan tidak bekerja sesuai apa yang saya amanahkan.”<sup>85</sup>

Hal serupa juga dikatakan bapak sutris selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar.

“Iya mas, teman-teman sering melakukan hal ceroboh yang dimana membuat bapak reni sedikit kecewa dalam hal pembuatan tahu, dikarenakan di UD. Tahu Mekar ini menetapkan kalau masakan sudah selesai bisa langsung pulang

---

<sup>84</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Maman selaku reseller tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 29 Mei 2022 pukul 09.00 WIB

<sup>85</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 28 Mei 2022 pukul 19.00 WIB

namun teman-teman sering melakukan kesalahan dimana mereka bekerja dengan seenaknya dan mengakibatkan kerugian bagi bapak reni”<sup>86</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa bahwa banyaknya karyawan yang bekerja seenaknya dan dapat merugikan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar ini karena para karyawan bekerja seenaknya.

c. Fathonah atau kecerdasan

Didalam suatu bisnis kecerdasan sangatlah penting dan berpengaruh didalam suatu persaingan bisnis. UD.Tahu Mekar ini juga memiliki suatu kendala yang dihadapi dalam menerapkan suatu persaingan bisnis ini, sebagaimana yang dijelaskan Bapak Reni saat melakukan wawancara sebagai berikut:

“sering terjadinya pemakaian nama UD.Tahu Mekar oleh orang-orang yang memulai bisnis tahu, dulu pernah ada di desa sebelah memakai nama tahu ini karena UD.Tahu Mekar ini memiliki perbedaan tersendiri, dan ini yang membuat saya kecewa dengan mereka yang memakai nama UD.Tahu Mekar tanpa seizin saya, dan saya merasa dirugikan karena saya yang melakukan promosi agar UD.Tahu ini terkenal namun mereka sengaja membuat nama UD.Tahu Mekar ini dengan sengaja”<sup>87</sup>

Hal serupa juga dikatakan bapak Geri selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar:

---

<sup>86</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Sutris selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 29 Mei 2022 pukul 09.00 WIB

<sup>87</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 28 Mei 2020 pukul 19.00 WIB

“Benar sekali yang dikatakan bapak reni itu, adanya pabrik-pabrik tahu yang baru buka memakai nama UD. Tahu Mekar padahal mereka tahu kalau UD.Tahu Mekar ini milik bapak reni, dan alasan mereka memakai nama UD.Tahu Mekar ini karena hanya numpang ramai biar mereka mendapatkan kosumen dari UD.Tahu Bapak reni ini.”<sup>88</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan, permasalahannya ada pada banyaknya pabrik tahu yang baru buka memakai nama UD.Tahu Mekar yang membuat Bapak Reni kecewa karena yang mempromosikan penjualanya Bapak Reni dan mereka yang memakai nama UD.Tahu Mekar tau pemiliknya Bapak reni.

#### d. Tabligh

Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar ini juga memberi nasihat tentang kebaikan kepada karyawan dan para reseller, namun ada juga suatu kendala yang dihadapi bapak reni sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

“banyaknya karyawan yang sengaja lupa dan tidak melakukan sholat wajib dikarenakan mereka ingin cepat menyelesaikan kerjanya, padahal saya sudah membuat aturan agar mereka melakukan ibadah sholat dan saya juga sudah memberikan fasilitas itu namun mereka tidak gunakan dengan baik.”<sup>89</sup>

Hal serupa juga dikatakan bapak Geri selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar:

---

<sup>88</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Geri selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 29 Mei 2020 pukul 09.00 WIB

<sup>89</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 28 Mei 2022 pukul 19.00 WIB

“Untuk hal ini saya memang suka lupa karena saya ingin menyelesaikan kerjaan saya dengan cepat biar bisa langsung pulang.”<sup>90</sup>

Dari hasil wawancara tersebut bisa disimpulkan bahwa permasalahannya adalah banyaknya karyawan yang melakukan tindakan kurang baik dan melupakan aturan yang dibuat Bapak Reni untuk melakukan sholat dijam kerja. Padahal Bapak Reni sudah memberikan fasilitas untuk melakukan sholat tersebut.

---

<sup>90</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Geri selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 29 Mei 2022 pukul 09.00 WIB



## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Implementasi bisnis di UD. Tahu Mekar Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam**

Secara umum bisnis bisa dikatakan sebagai suatu kegiatan yang dikerjakan oleh manusia yang bertujuan untuk memperoleh atau menghasilkan atau rizki dalam rangka memenuhi suatu kebutuhan dan keinginan hidup dengan cara mengelola sumberdaya ekonomi dengan cara efektif dan dengan cara efisien.<sup>91</sup> Dalam suatu bisnis juga mengutamakan kepuasan customer supaya tetap membeli produk dari perusahaan tersebut. Customer menjadi sosok penting di dalam suatu perusahaan bisnis, karena tanpa adanya customer produk itu tidak ada yang menikmati dan tidak bisa berkembang dengan baik. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Rustian Zaka Rullah yang dimana penelitian ini menggunakan strategi pelayanan dengan baik dan ramah serta mengutamakan kepuasan customer dan juga memberikan jaminan yang sesuai dengan produknya. Sebagaimana teori yang dilakukan oleh Bapak Reni selaku pemilik UD. Tahu Mekar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan

---

<sup>91</sup> Muslich, “*Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofi, normatif, dan Subtansi Implementatif*”, (Yogyakarta, Ekonosia Fakultas Ekonomi, 2004), hal 46.

dengan menggunakan teori dari kloter yang kualitas dan pelayanan konsumen sebagai berikut.:

### **1. Kualitas**

Dimana kualitas ini menjadi pendorong untuk kemajuan suatu perusahaan dan menjadi tujuan awal dari setiap perusahaan yang akan melakukan penambahan produk. Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan di UD. Tahu mekar ini bawah Bapak Reni selaku pemiliknya mengutamakan bahan baku yang berkualitas dan membuat olahan tahunya juga berkualitas. Dengan kualitas olahan tahu yang baik dapat meningkatkan kepuasan customer dan juga customerpun juga merasa senang.

### **2. Pelayanan customer**

Dalam suatu perusahaan, pelayanan kepada customer sangatlah penting untuk kemajuan perusahaan tersebut. Dalam UD.Tahu Meka ini juga memberikan pelayanan dengan baik serta mau menerima saran dari customernya. Karena setiap masukan dari customer itu bisa menjadikan acuan untuk kemajuan dari UD. Tahu Mekar begitu juga yang dilakukan Bapak Reni dan para resellernya.

Ada juga di dalam Islam bisnis dapat artikan sebagai serangkaian kegiatan bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profit, namun

dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan harta.<sup>92</sup> Didalam melakukan suatu pemasaran suatu produk tetap memberikan nilai-nilai keislaman yang dijadikan suatu patokan karena pada dasarnya suatu usaha bukan semata-mata mengejar duniawi saja.<sup>93</sup> sebagaimana contoh strategi Nabi Muhammad SAW diantaranya siddiq (kejujuran), amanah (terpercaya), fathonah (cerdas), tabligh (komunikatif/promotif).

Sehubung dengan hal tersebut UD.Tahu Mekar ini sedikit menerapkan terori dagang Nabi Muhammad SAW sebagai berikut:

### **1. Siddiq (kejujuran)**

Jujur merupakan nilai dasar dari integritas, iklas dan keseimbangan emosiona. Jujur dapat melandaskan suatu ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Dimana seseorang yang berusaha untuk jujur akan dicatat oleh Allah sebagai seorang yang dijauhi oleh perbuatan dusta, karena suatu perbuatan dusta mengantarkan pada kejahatan.<sup>94</sup>

Berdasarkan hasil penelitian dengan cara wawancara dan meneliti suatu objek dapat saya simpulkan bahwa bapak Reni sebagai pemilik UD.Tahu Mekar ini menerapkan suatu nilai kejujuran untuk reseller dan karyawan pembuat tahu, untuk reseller

---

<sup>92</sup> Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1 , No.1, 2015. Hal 33.

<sup>93</sup> Freddy Rangkuti, "Keajaiban Teknik Selling Rosulullah", (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,2012), Hal.16

<sup>94</sup> Nafiudin,"Memahami sifat Shidiq Nabi Muhammad SAW Perspektif Islam", *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol.6, No.2, 2018. Hal 118

bapak Reni memberikan amanah supaya berjualan dengan jujur serta memberikan informasi olahan tahunya kepada customer supaya customernya tidak kecewa dengan pelayanannya serta supaya customer tidak berpindah dengan membeli produk tahu orang lain. Sedangkan untuk para karyawannya pembuat tahu bapak Reni memberikan suatu nilai kejujuran dengan cara menghimbau agar jujur dalam membuat olahan tahu dengan cara tidak mengurangi atau melebihi adonan resep membuat tahu, supaya cita rasa tahu ini tetap terjaga, karena bapak reni sangat menjaga rasa khas dari olahan tahu ini.

Dengan memberikan nilai kejujuran pada karyawan dan resellernya dapat membuat customer merasa puas dengan pelayanannya serta merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh UD. Tahu Mekar.

## **2. Amanah**

Sikap amanah merupakan suatu nilai dasar terpercaya, didalam berbisnis adanya kepercayaan, tanggung jawab dan transparan serta tepat waktu ini juga sangat dianjurkan dalam kegiatan berbisnis. Maksud dari amanah adalah mengembalikan hak apa

saja kepada pemilik, tidak mengambil sesuatu melebihi hak dan tidak mengurangi hak orang lain.<sup>95</sup>

Berdasarkan hasil penelitian dengan cara wawancara dan meneliti suatu objek dapat saya simpulkan bahwa bapak Reni sebagai pemilik UD.Tahu Mekar ini menerapkan suatu nilai amanah dengan cara memeberikan gaji kepada karyawanya dengan tepat waktu dan dengan jumlah kerja yang sesuai, karena para karyawan ada yang meminta gaji satu minggu sekali atau bahkan ada yang satu bulan sekali serta bapak reni juga memberikan nilai kejujuran itu ke para reseller dengan cara memberikan bagian tahu yang akan dijual dengan sama rata, tidak membanding-bandingkan dengan reseller satu dengan yang lain, dengan kata lain bapak reni membagi rata olahan tahu yang akan dijual oleh para customer.

Sedangkan bapak Reni juga menanamkan nilai amanah ke para karyawan pembuat tahu dan para reseller, untuk para reseller bapak reni memberikan suatu amanah untuk memberikan tahu kepada cutomer sesuai dengan yang mereka beli dan jika ada yang memesan banyak harus dilayani dengna baik serta harus memberikan tahu yang customer minta supaya para customer tidak kecewa dengan pelayanan UD.Tahu Mekar dan bisa mengemban rasa amanah tersebut. Sedangkan untuk karyawan pembuat tahunya

---

<sup>95</sup> Ibid. 118

bapak Reni menanamkan nilai amanah dengan cara harus sesuai prosedur yang sudah bapak Reni tetapkan karena hal tersebut sudah menjadi acuan pembuatan tahu seperti contohnya tidak mengurangi atau melebihi takaran pembuatan tahu supaya cita rasanya tidak hilang dan sejauh ini apa yang bapak Reni lakukan bisa terjaga dan bisa dilakukan oleh para karyawan dan resellernya dengan baik.

### **3. Fathonah (cerdas)**

Berarti memiliki suatu pengetahuan yang luas, nilai serta memiliki visi dalam suatu hal yang akan dikerjakan saat berbisnis dan bisa menjelaskannya. Sifat ini menimbulkan kreatifitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat ibaratnya melakukan suatu kegiatan melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju pada manusia yang utuh dan memiliki pola pemikiran tauhid serta berprinsip hanya karena Allah.<sup>96</sup>

Berdasarkan hasil penelitian dengan cara wawancara dan meneliti suatu objek dapat saya simpulkan bahwa bapak Reni sebagai pemilik UD.Tahu Mekar menerapkan suatu nilai fathonah dengan cara menambah varian ukuran tahu yang sebelumnya

---

<sup>96</sup> Biki Zulfikari Rahmat, “*Corporate Social Responsibility Dalam Etika Bisnis Islam*”, Jurnal Amwaluna, Vol.1, No. 1, 2017. Hal 112

hanya 3 ukuran sekarang dengan 4 ukuran, sebab meningkatnya permintaan tahu dari konsumen yang membuat bapak reni menambah varian ukuran tahunya dan sedikit menaikkan harga tahunya yang disebabkan naiknya harga kedelai setiap tahunya, serta bapak reni juga melakukan suatu tindakan promosi yang melalui media-media social seperti facebook, whatsapp serta juga melalui pamphlet. Dengan itu bapak Reni bisa memperluas jaringa penjualan.

Dengan adanya penambahan varian ukuran tahu itu tentu saja bisa memudahkan para customer karena banyak pilihan varian ukuran tahu sesuai yang mereka inginkan serta tidak ada masalah dengan karyawanya, tentunya karyawan pembuat tahu merasa senang dan juga menambah kepuasan pelanggan. menurutnya persaingan.

#### **4. Tabligh (komunikatif –promotif)**

Tabligh merupakan suatu ajakan untuk mengajak sekaligus memberi contoh kepada semua pihak lain supaya melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari terlepas dari berbisnis ataupun tidak.<sup>97</sup>

Berdasarkan hasil penelitian dengan cara wawancara dan meneliti suatu objek dapat saya simpulkan bahwa bapak Reni

---

<sup>97</sup> Ibid. 112

sebagai pemilik UD.Tahu Mekar menerapkan suatu nilai tabligh kepada para karyawan pembuat tahu dan para reseller dengan cara memberi nilai-nilai kejujuran, bekerja dengan baik dan dengan hati, serta bapak reni memberi kewajiban untuk melakukan sholat 5 waktu, meskipun dijam kerja para karyawan pembuat sebut. Bapak reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar juga menyediakan mushola dan alat untuk sholat bagi karyawan pembuat tahunya dan hal tersebut sudah menjadi kebiasaan bagi karyawan pembuat tahunya.

## **B. Kendala Implementasi Bisnis Tahu UD. Tahu Mekar Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam**

Dalam melakukan suatu penerapan bisnis ini terdapat kendala-kendala yang mungkin tidak bisa dihindari, dengan adanya kendala tersebut bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu mekar ini sudah mempersiapkan untuk mengantisipasi adanya kendala kendala tersebut karena UD.Tahu Mekar ini menggunakan sedikit teori dari kloter yaitu:

### **1. Kualitas**

Dalam memilih kualitas tahu yang baik juga disertai dengan pemilihan kedelai yang baik juga, karena setiap tahu yang akan dijual juga dapat memikat konsumen lebih banyak, di UD.Tahu Mekar ini juga mendapatkan kendala ketika harga kedelai naik para



penjual kedelai lebih mengutamakan untung yang besar karena ada beberapa penjual kedelai yang berat sebelah dan memilih menjual harga tinggi, dan ketika para produsen tahu membeli dengan harga pasaran mereka menyembunyikan kedelai itu dan mereka (*Penjual kedelai*) lebih menjual dengan harga tinggi, begitu juga yang dialami bapak reni dalam hasil wawancara saat penelitian ini dilakukan.

## **2. Pelayanan pelanggan**

Pelayanan pelanggan merupakan hal yang wajib dilakukan karena mengingat dimana pelanggan sangat berpengaruh terhadap nilai penjualan.

Dalam UD.Tahu Mekar ini memiliki kendala yang dimana pelanggan merasa kecewa dengan pelayanan UD.Tahu Mekar karena tidak bisa menyediakan tahu dengan yang pelanggan inginkan karena UD.Tahu Mekar pun kesulitan untuk mendapatkan kedelai yang dimana harga kedelai yang naik dan sulitnya mencari penjual yang bisa menjual kedelai sama dengan seperti dipasar. Karena itu Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar ini sulit untuk memenuhi target pasar yang semakin banyak namun harga kedelai mahal dan naik setiap tahunnya.

Ada juga kendala yang dihadapi Bapak reni selaku pemilik UD. Tahu mekar ini dalam melakukan suatu teori bisnis dari Nabi Muhammad SAW, yaitu:

### **1. Siddiq (Kejujuran)**

Kejujuran dalam hal bekerja merupakan tuntutan yang wajib dijalankan bagi siapapun, karena kejujuran dapat memberikan hal yang positif dalam melakukan suatu kegiatan.

Dalam UD. Tahu Mekar ini memiliki kendala berupa dimana para karyawan pembuat tahu sering melakukan kesalahan dimana tidak menghitung olahan tahu yang akan dipasarkan dan dapat mengakibatkan kerugian bagi Bapak Reni dan teman-teman resellernya. Dengan tindakan tersebut bapak reni sering mendapatkan complain dari para customernya karena tidak bisa memberikan olahan tahu yang sesuai mereka beli. Hal serupa juga dikatakan oleh Bapak Maman ketika berjualan dan sama halnya seperti Bapak Reni, Bapak Maman pun juga menjadi sasaran ketika berjualan karena tidak bisa memenuhi target pasar

### **2. Amanah**

Dalam melakukan pekerjaan amanah sangat penting, sama halnya dengan kejujuran, amanahpun juga harus dimiliki di setiap orang yang akan melakukan pekerjaan agar tidak merugikan banyak orang.

Dalam UD.Tahu Mekar ini juga memiliki kendala yang berupa dimana karyawan bekerja sesuai yang mereka inginkan dan tidak memenuhi amanah dari Bapak Reni, karena bekerja di UD.Tahu Mekar ini kalau sudah selesai bisa pulang namun mereka menyalahkan hal tersebut dengan bekerja tidak sesuai yang Bapak Reni inginkan dan mengakibatkan kerugian bagi Bapak Reni dan UD.Tahu Mekar ini karena sering mendapatkan complain dari customer tahunya karena kurangnya stok tahu yang dijual.

### **3. Fathonah (kecerdasan)**

Dalam suatu perusahaan atau bidang bisnis lainnya juga memiliki suatu kendala yang sangat signifikan yang dapat mengakibatkan turunya harga ataupun bisa membuat gulung tikar perusahaan tersebut. Dalam UD,Tahu Mekar ini juga memiliki kendala yang sangat berpengaruh terhadap penjualan tahunya, kendala tersebut terdapat pada nama UD.Tahu Mekar yang sering dipakai oleh penjual tahu yang mereka baru buka, hal ini yang bisa merugikan Bapak Reni karena bapak Reni sudah membuka UD.Tahu Mekar kurang lebih 10 tahun yang lalu.

Hal ini yang disesalkan Bapak Reni karena penjual tahu yang baru buka memakai nama UD.Tahu Mekar tanpa sepengetahuan Bapak Reni dan juga mencari pelanggan dari situ.

#### **4. Tabligh**

Tabligh merupakan suatu penyampaian suatu kebaikan dalam hal apapun. Didalam UD.Tahu Mekar ini bapak reni selaku pemiliknya membuat aturan dimana para karyawan diwajibkan untuk melakukan sholat wajib meskipun dijam kerja, namun banyaknya karyawan yang melupakan itu dengan disengaja karena mereka terburu-buru untuk menyelesaikan pekerjaannya dan mereka terburu-buru untuk pulang lebih awal tanpa mengedepankan aturan yang sudah Bapak Reni berikan.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

##### 1. Implementasi Bisnis di UD. Tahu Mekar Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan mengenai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan ditinjau dari 2 teori yang telah digunakan yang pertama menurut Kloter (*kualitas dan pelayanan pelanggan*) dan yang kedua menurut ajaran dagang dari Nabi Muhammad SAW (*shiddiq, amanah, fathonah, tabligh*)

###### a) Siddiq (kejujuran)

Dalam UD. Tahu Mekar ini bapak reni selaku pemiliknya menekan supaya berjualan dengan jujur dan bekerja dengan baik, dengan cara memberikan informasi olahan tahu kepada customernya supaya para customer tidak kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh para reseller, dan juga untuk para karyawan bapak reni juga menekan nilai kejujuran dengan cara bekerja sesuai prosedur yang telah ditetapkan. Karena bapak reni mengutamakan

kepuasan pelanggan supaya pelanggan tidak membeli produk tahu yang lain.

b) Amanah

Amanah yang dilakukan dalam UD. Tahu Mekar ini bapak reni selaku pemiliknya memberikan gaji dengan tepat waktu dan sesuai yang para karyawan kerjakan dan untuk karyawanya bapak reni memberikan suatu nilai amanah dengan cara bekerja dengan tepat waktu dan bekerja sesuai perintah bapak reni, serta untuk reseller bapak reni memberikan nilai amanah dengan cara memberikan jumlah tahu yang para customer beli tanpa mengurangi atau melebihi dan juga memberikan pesanana tahu yang sudah di pesan sebelumnya.

c) Fathonah (kecerdasan)

Fathonah yang dilakukan oleh bapak reni selaku pemilik UD. Tahu Mekar ini dengan cara mempromosikan olahan tahunya melalui media social facebook dan mempromosikan melalui whatsapp, dan juga melalui media offline seperti poster dan pamphlet. Selain itu bapak reni menambah varian ukuran tahu yang awalnya hanya 3 saja sekarang ditambah menjadi 4 varian. Dengan tambahnya varian ukuran tersebut bapak reni bias memudahkan para customer untuk memilih tahu yang mereka inginkan.

d) Tabligh

Tabligh yang dilakukan dalam UD. Tahu Mekar ini bapak reni mewajibkan untuk para karyawan dan reseller untuk melakukan ibadah sholat, meskipun dijam kerja bapak reni selalu menekan untuk melakukan sholat wajib tersebut. Untuk tempat sholat dan pakaian ganti sudah disiapkan di area pabrik UD. Tahu Mekar, jadi bisa memudahkan untuk melakukannya.

**2. Kendala implementasi persaingan bisnis tahu UD. Tahu Mekar dalam perspektif Islam**

Dalam melakukan suatu persaingan bisnis, UD. Tahu Mekar ini juga memiliki suatu kenda, sebagai berikut:

Dalam melakukan suatu persaingan bisnis, UD. Tahu Mekar ini juga memiliki suatu kendala, sebagai berikut:

Shiddiq (kejujuran), para karyawan bekerja dengan sesuak mereka tanpa menghitung ulang tahu yang mereka buat dan tidak sesuai apa yang bapak reni berikan. Hal ini yang menyebabkan kerugian yang didapat Bapak Reni dan resellerpun juga mendapat dampak yang sama saat melakukan penjualan dan sering mendapat complain ketika jmlah tahunya kurang.

Amanah, Kendala yang terjadi dalam nilai amanah ini juga sama dengan nilai kejujuran tersebut, dimana para karyawan terburu-buru untuk pulang karena di UD.Tahu Mekar ini kalau pekerjaan sudah selesai bisa

langsung pulag, namun mereka menyalahgunakan dengan bekerja semaunya tanpa memikirkan apayang mereka lakykan. Dan yang menjadi dampak adalah Bapak Reni dan reseller yang mendapatkan complain.

Fathonah (kecerdasan), Dalam niali fathonah ini yang menjadi hambatan adalah dimana para produsen tahu yang baru memulai usaha tahu memakai nama UD.Tahu Mekar yang membuat kerugian karena Bapak Reni yang melakukan promodi namun mereka yang baru membuka usaha tahu seenaknya memakai nama UD.Tahu Mekar, yang dimana mereka tau pemilik UD.Tahu Mekar ini Bapak Reni dan mereka tidak meminta izin dahulu.

Tabligh, Kendala yang dihadapi bapak reni ini juga sama dengan nilai amanah dan fathonah, dimana kendala ini dibuat oleh karyawanya sendiri karena mereka memburu cepat selesai tanpa menghiraukan aturan yang sudah bapak reni buat. Yang dimana para karyawan ini tau akan aturan tersebut namun mereka menghiraukan itu yang bisa merugikan Bapak Reni dan karyawan yang sudah bekerja sesuai dengan aturan yang dibuat oleh Bapak Reni tersebut.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti telah lakukan, peneliti akan sedikit menyampaikan beberapa saran kepada UD.Tahu Mekar yakni:



1. Diharapkan dapat mempertahankan strategi bisnis yang ada dan meningkatkan kepuasan pelanggan dan jika diperlukan dapat menambah cara promosi melalui media-media cetak atau media online.
2. Tetap menggunakan batasan-batasan bisnis sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits untuk mendapatkan kemaslahatan, mendatangkan keridhoan serta kebarokahan Allah SWT.
3. Serta bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah subjek penelitian yang lebih bagus dan inovatif sehingga informasi yang diperoleh lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2010. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Aziz, Fathul. 2015. *Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El Bayan.
- Budio, Sesra. 2019. "Strategi Manajemen Sekolah". *Jurnal Menata*. Vol. 2, No. 2.
- Cahyani, Utari Evy. 2016. "Strategi Berbisnis Dalam Berbisnis Secara Islam". *Jurnal Al-Tijarah*. Vol. 2, No. 1.
- Chasanah, Sri Atun. 2015. *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepuasan Pelanggan Menurut Pespektif Ekonomi Islam, (Studi kasus pada pelanggan listrik pasca bayar di PT. PLN Persero)*. Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Departemen Agama Republik Indonesia Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an. 2011. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bandung: PT Mizan Publishing House.
- Djakfar, Muhammad. 2007. *Agama, Etika dan Ekonomi*. Malang: UIN Malang Press.
- Fuad, Samsul. 2017. *Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Home Industri Iwan Bubut di Badamita, Rakit, Kabupaten Banjar Negara*. Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- <http://tafsir-surah-al-mulk-ayat-15-berkenalanlah-hingga-sadar-kefanaan-dunia-dan-kekekalan-allah/>

Hasanah, Nuramalia, Dr. Saparudin Muhtar, dkk. 2020. *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM*. Uwais Inspirasi Indonesia.

Hastuti, Puji, Agus Nurofik, dkk. 2020. *Kewirausahaan UMKM*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Juliansyah, Eris. 2017. "Strategi Pengembangan Sumberdaya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi". *Jurnal Ekonomak*, Vol. 3, No. 2.

Mahmud dan Anomsari. 2011. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikatif Terapan.

Mujahidin, Akhmad. 2007. *Etika Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofi, normatif, dan Subtansi Implementatif*. Yogyakarta: Ekonosia Fakultas Ekonomi.

Nafiudin. 2018. "Memahami sifat Shidiq Nabi Muhammad SAW Perspektif Islam". *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol.6, No.2.

Nasuka, Moh. 2017. "Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Pelanggan Dengan Layanan Inti". *Jurnal Syariah dan Hukum Diktum*, Vo.15, No. 2.

Nasution. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Norvadewi. 2015. "Bisnis Dalam Perspektif Islam". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 1, No.1
- Rahman, M. Ansyari. 2017. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT.Tiara Putri Manunggal Banjarbaru". *Islamic Economic Journal*, Vol.3, No. 2.
- Rahmat, Biki Zulfikari. "Corporate Social Responsibility Dalam Etika Bisnis Islam". *Jurnal Amwaluna*, Vol. 1, No. 1.
- Rahmawati, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rangkuti, Freddy. 2000. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia.
- Ratih, Nasirotul. 2014. "Internet Marketing dan kepuasan pelanggan (Study Deskriptif Kualitatif Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja Online di Spooonfork Shop)". *Jurnal Ilmiah*. Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret.
- Rullah, Rustika Zaka. 2015. *Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah Pada Leasing FIF (Fideral Internasional Finance*. .Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah.
- Shabirin. Lalu Muh. 2017. "Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Gengang Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Bisnis". *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol 2, No. 1.

Suci, Rahayu Puji. 2019. "Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan, Manajemen, dan Strategi Bisnis", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.11.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suminto, Warkum. 2004. *Azas-azas Perbankan Islam Dan Lembaga-lembaga Terkait*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Suwarso. 2018. "Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi dan Minat Wirausaha". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*. Vol. 4, No. 2.

Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. 2015. *Teknik Menganalisis Kelakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif*. Jakarta: Gramedia.

Usman, Husain dan Purnomo Setiady Akbar. 2011. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wawancara langsung dengan Bapak Arif selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 09.00 WIB

Wawancara langsung dengan Bapak Candra selaku karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 31 mei 2022 pukul 09.00 WIB

Wawancara langsung dengan Bapak Dika selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 09.00 WIB

Wawancara langsung dengan Bapak Geri selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 29 maret 2020 pukul 09.00 WIB

Wawancara langsung dengan Bapak Maman selaku reseller di UD.Tahu Mekar pada tanggal 31 mei 2022 pukul 12.00 WIB

Wawancara langsung dengan Bapak Markin selaku reseller di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 12.00 WIB

Wawancara langsung dengan Bapak Reni selaku pemilik UD.Tahu Mekar pada tanggal 30 mei 2022 pukul 20.00 WIB

Wawancara langsung dengan Bapak Sutris selaku Karyawan pembuat tahu di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 09.00 WIB

Wawancara langsung dengan Bapak Totok selaku reseller di UD.Tahu Mekar pada tanggal 29 maret 2022 pukul 12.00 WIB

Wawancara langsung dengan Bapak Zaenal selaku reseller di UD.Tahu Mekar pada tanggal 26 maret 2022 pukul 12.00 WIB

Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Wijayakusuma. 2002.

*Menggagas Bisnis Dalam Islam.* Jakarta: Gema Insani.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1: Pedoman Wawancara:

Daftar pertanyaan untuk pemilik UD. Tahu Mekar

1. Bagaimana cara menerapkan kualitas produk tahu agar customer merasa puas dengan olahan tahu di UD. Tahu Mekar?
2. Bagaimana cara menyikapi customer yang memberi masukan untuk UD. Tahu Mekar ini?
3. Bagaimana cara menerapkan nilai kejujuran ke para karyawan dan reseller agar customer merasa puas dengan pelayanan di UD. Tahu Mekar ini?
4. Bagaimana cara menerapkan nilai amanah ke para karyawan dan reseller agar customer merasa puas dengan pelayanan di UD. Tahu Mekar ini?
5. Bagaimana cara menerapkan nilai fathonah atau kecerdasan agar customer merasa puas dengan pelayanan di UD. Tahu Mekar ini?
6. Bagaimana cara menerapkan nilai tablighat atau suatu cara penyampain tentang kebaikan ke para karyawan dan reseller di UD. Tahu Mekar ini?
7. Apa kendala yang menghambat kualitas produk tahu di UD. Tahu mekar?
8. Apa kendala saat melakukan pelayanan ke customer tahu UD. Tahu mekar?
9. Apa kendala yang dialami saat menerapkan nilai kejujuran ke para karyawan dan reseller di UD. Tahu Mekar?
10. Apa kendala yang dialami saat menerapkan nilai amanah ke para karyawan dan reseller di UD. Tahu Mekar?
11. Apa kendala yang dialami saat menerapkan nilai fathonah ke para karyawan dan reseller di UD. Tahu mekar?



12. Apa kendala yang dialami saat menerapkan nilai tabligh atau saat menyampaikan tentang kebaikan ke karyawan dan reseller di UD. Tahu Mekar?

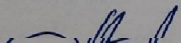

Daftar pertanyaan untuk karyawan serta reseller di UD. Tahu Mekar?

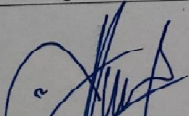
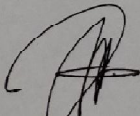
1. Apakah UD. Tahu Mekar ini memberikan kualitas olahan Tahu yang baik?
2. Apakah UD. Tahu mekar ini menerima masukan dari customer ?
3. Bagaimana menerapkan nilai kejujuran bagi karyawan dan reseller untuk meningkatkan kepuasan customer?
4. Bagaimana menerapkan nilai amanah bagi karyawan dan reseller untuk meningkatkan kepuasan costomer?
5. Bagaimana menerapkan nilai fathinah bagi karyawan dan reseller untuk meningkatkan kepuasan costomer
6. Bagaimana menerapkan nilai tablight bagi karyawan dan reseller?
7. Apa kendala yang menghambat produksi di UD. Tahu Mekar?
8. Bagaimana mengatasi kendala dalam melakukan pelayanan customer?
9. Bagaimana cara untuk mengatasi kendala tentang nilai amanah yang diterapkan di dalam UD. Tahu Mekar ini?
10. Bagaimana cara untuk mengatasi kendala tentang nilai kejujuran yang diterapkan di dalam UD. Tahu Mekar ini?
11. Bagaimana cara untuk mengatasi kendala tentang nilai fathonah yang diterapkan di dalam UD. Tahu Mekar ini?
12. Bagaimana cara untuk mengatasi kendala tentang nilai tablight yang diterapkan di dalam UD. Tahu Mekar ini?

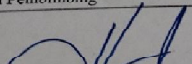

**Lampiran 2: Dokumentasi:**




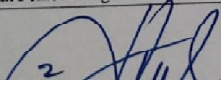
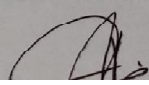
Lampiran 3

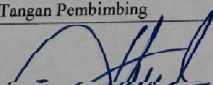
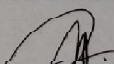
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jalan Mayor Sujadi Timur Nomor 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221 Telepon: (0355) 321513 Website: www.uinsatu.ac.id Email: info@uinsatu.ac.id			
KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI			
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM			
Nama	: Gangga	Jurusan	: Ekonomi Syariah
NIM	: 12402183084	Dosen Pembimbing	: Moh Rois Abin, M. Pd.I.
JUDUL SKRIPSI			
Strategi Pemasaran Tahu UD Tahu Mekar Di Desa Sumberarjo Kulon Kecamatan Ngunt Kabupaten Tulungagung			
Hari & Tanggal Bimbingan		: Rabu, 05 Januari 2022	
Materi Bimbingan			
CATATAN PEMBIMBING			
1. Isi			
a. Perubahan judul yang awalnya strategi pemasaran menjadi strategi bersaing dalam perspektif islam			
b. Perubahan dalam focus penelitian mengikuti pada judul			
2. Sistematika Penulisan dan Pengetikan			
a. Penulisan sesuai dengan pedoman skripsi			
3. Metodologi			
4. Catatan lain			
Tanda Tangan Pembimbing		Tanda Tangan Mahasiswa	
			

FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM	
<b>IDENTITAS</b>	
Nama : Gangga	Jurusan : Ekonomi Syariah
NIM : 12402183084	Dosen Pembimbing : Moh Rois Abin, M. Pd.I.
<b>JUDUL SKRIPSI</b>	
Strategi Bersain Bisnis Tahu UD Tahu Mekar Di Desa Sumberejo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tuhungagung Dalam Perspektif Islam	
Hari & Tanggal Bimbingan : Selasa, 25 Januari 2022	
Materi Bimbingan :	
<b>CATATAN PEMBIMBING</b>	
1. Isi	
A. Perubahan pada fokus penelitian	
B. Penelitian terdahulu disesuaikan pada fokus penelitian	
2. Sistematika Penulisan dan Pengetikan	
A. Mengubah ukuran font dan logo pada cover sesuai dengan pedoman	
B. Footnote lebih disesuaikan pada pedoman skripsi	
3. Metodologi	
4. Catatan lain	
Tanda Tangan Pembimbing	Tanda Tangan Mahasiswa
	

KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM			
<b>IDENTITAS</b>			
Nama	: Gangga	Jurusan	: Ekonomi Syariah
NIM	: 12402183084	Dosen Pembimbing	: Moh Rois Abin, M. Pd.I.
<b>JUDUL SKRIPSI</b>			
Strategi Bersain Bisnis Tahu UD Tahu Mekar Di Desa Sumberejo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Perspektif Islam			
Hari & Tanggal Bimbingan		: Rabu, 2 Februari 2022	
Materi Bimbingan			
<b>CATATAN PEMBIMBING</b>			
1. Isi			
A. Perubahan pada devinisi operasional			
B. Mencantumkan keterangan konseptual			
2. Sistematika Penulisan dan Pengetikan			
A. Footnote lebih disesuaikan pada pedoman skripisi			
3. Metodologi			
4. Catatan lain			
Tanda Tangan Pembimbing		Tanda Tangan Mahasiswa	
			

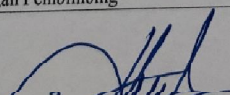
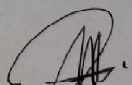


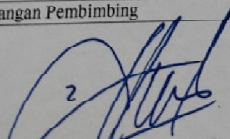

 <b>SAYYID ALI RAHMATULLAH TULUNGAGUNG</b> <b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b> Jalan Mayor Sujadi Timur Nomor 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221 Telepon: (0355) 321513 Website: www.uinsatu.ac.id Email: info@uinsatu.ac.id	
<b>KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI</b> <b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b>	
<b>IDENTITAS</b>	
Nama : Gangga	Jurusan : Ekonomi Syariah
NIM : 12402183084	Dosen Pembimbing : Moh Rois Abin, M. Pd I.
<b>JUDUL SKRIPSI</b>	
Strategi Bersain Bisnis Tahu I.D Tahu Mekar Di Desa Sumberejo Kulon Kecamatan Ngunt Kabupaten Tulungagung Dalam Perspektif Islam	
Hari & Tanggal Bimbingan : Selasa, 8 Februari 2022	
Materi Bimbingan :	
<b>CATATAN PEMBIMBING</b>	
1. Isi	
A. Pada BAB 3 penjelasan lebih ke aplikatif	
2. Sistematika Penulisan dan Pengetikan	
A. Footnote lebih disesuaikan pada pedoman skripsi	
3. Metodologi	
4. Catatan lain	
Tanda Tangan Pembimbing	Tanda Tangan Mahasiswa
	

KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	
<b>IDENTITAS</b>	
Nama : Gangga	Jurusan : Ekonomi Syariah
NIM : 12402183084	Dosen Pembimbing : Moh Rois Abin, M. Pd.I.
<b>JUDUL SKRIPSI</b>	
Strategi Bersain Bisnis Tahu UD Tahu Mekar Di Desa Sumberejo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Perspektif Islam	
Hari & Tanggal Bimbingan : Selasa, 22 Februari 2022	
Materi Bimbingan :	
<b>CATATAN PEMBIMBING</b>	
1. Isi	
A. Padas sumber dan jenis data mencantumkan data observasi berupa nama-nama siapa saja yang akan di wawancarai	
2. Sistematika Penulisan dan Pengetikan	
A. Footnote lebih disesuaikan pada pedoman skripsi	
3. Metodologi	
4. Catatan lain	
Tanda Tangan Pembimbing	Tanda Tangan Mahasiswa
	

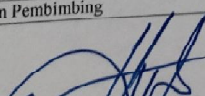
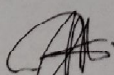


**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

IDENTITAS	
Nama : Gangga	Jurusan : Ekonomi Syariah
NIM : 12402183084	Dosen Pembimbing : Moh Rois Abin, M. Pd.I.
JUDUL SKRIPSI	
Strategi Bersain Bisnis Tahu UD Tahu Mekar Di Desa Sumberejo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Perspektif Islam	
Hari & Tanggal Bimbingan	: Senin, 28 Maret 2022
Materi Bimbingan	:
CATATAN PEMBIMBING	
1. Isi A. Menambah hasil wawancara dengan karyawan di lokasi penelitian UD. Tahu Mekar	
2. Sistematika Penulisan dan Pengetikan A. footnote lebih disesuaikan pada pedoman skripsi	
3. Metodologi	
4. Catatan lain	
Tanda Tangan Pembimbing	Tanda Tangan Mahasiswa
	

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	
<b>IDENTITAS</b>	
Nama : Gangga	Jurusan : Ekonomi Syariah
NIM : 12402183084	Dosen Pembimbing : Moh Rois Abin, M. Pd.I.
<b>JUDUL SKRIPSI</b>	
Strategi Bersain Bisnis Tahu UD Tahu Mekar Di Desa Sumberejo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Perspektif Islam	
Hari & Tanggal Bimbingan : Kamis, 19 Mei 2022	
Materi Bimbingan :	
<b>CATATAN PEMBIMBING</b>	
1. Isi	
A. Pada BAB 3 penjelasan lebih ke aplikatif	
2. Sistematika Penulisan dan Pengetikan	
A. Footnote lebih disesuaikan pada pedoman skripsi	
3. Metodologi	
4. Catatan lain	
Tanda Tangan Pembimbing	Tanda Tangan Mahasiswa
	

**KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

<b>IDENTITAS</b>	
Nama : Gangga	Jurusan : Ekonomi Syariah
NIM : 12402183084	Dosen Pembimbing : Moh Rois Abin, M. Pd.I.
<b>JUDUL SKRIPSI</b>	
Strategi Bersaing Bisnis Tahu UD Tahu Mekar Di Desa Sumberejo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam	
Hari & Tanggal Bimbingan :	Selasa, 27 Mei 2022
Materi Bimbingan :	
<b>CATATAN PEMBIMBING</b>	
1. Isi	
Merubah judul skripsi dan menyesuaikan isi dalam skripsi, dengan judul "Strategi Bersaing Bisnis Tahu UD Tahu Mekar Di Desa Sumberejo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam"	
2. Sistematika Penulisan dan Pengetikan	
A. Footnote lebih disesuaikan pada pedoman skripsi	
B. Menyesuaikan isi BAB 1 dan 2 dengan judul yang baru	
3. Metodologi	
4. Catatan lain	
Tanda Tangan Pembimbing	Tanda Tangan Mahasiswa
	



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SAYYID ALI RAHMATULLAH TULUNGAGUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Mayor Sujadi Timur Nomor 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221  
 Telepon: (0355) 321513 Website: www.uinsatu.ac.id Email: info@uinsatu.ac.id

**KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Nama : Gangga

NIM : 12402183084

Program Studi: Ekonomi Syariah

Pembimbing : Moh. Rois Abin, M.Pd.I

Judul Skripsi : Strategi Bisnis Tahu UD. Tahu Mekar Desa Sumberjo Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	05-01-2022	BAB I	
2	25-01-2022	Revisi BAB I dan BAB II	
3	02-02-2022	Revisi BAB II dan BAB III	
4	08-02-2022	BAB III	
5	22-02-2022	Revisi BAB III dan BAB IV	
6	28-03-2022	BAB IV	
7	18-05-2022	Revisi BAB IV dan BAB V	
8	19-05-2022	BAB V	
9	27-05-2022	BAB VI	
10	06-06-2022	LAMPIRAN, dll	

Tulungagung, 6 Juni 2022  
 Koordinator Program Studi  
 Ekonomi Syariah

**Dr. Binti Nur Asiyah, S.Pd.I., M.Si.**  
 NIP. 198008112011012007

**Lampiran 5: Daftar Riwayat Hidup****DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas diri**

Nama : Gangga  
Tempat, tanggal lahir : Kediri, 28 Juli 1999  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Alamat : RT. 02 RW 04, Dusun Purwokerto, Desa Purwokerto,  
Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri  
Email : gangga0354@gmail.com  
Agama : Islam  
Kebangsaan : Indonesia

**B. Riwayat Pendidikan**

SD NEGERI 1 PURWOKERTO	(2006-2012)
SMP NEGERI 1 SEMEN	(2012-2015)
SMA NEGERI 1 NGADILUWIH	(2015-2018)