

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.²

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

² 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.³

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.⁴

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

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيِّنَاتٍ 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.

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

⁴ 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).*⁵

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

⁵ Departemen 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)⁶

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.⁷

⁶ *Ibid.*, hal.156

⁷ 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.⁸ Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana suatu bisnis dan manajemen. Meningkatkan kepuasan merupakan keadaan emosional seseorang baik kebahagiaan maupun kesedihan.⁹ 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

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

⁹ 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.¹⁰

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.¹¹

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

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

¹¹ 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.¹² 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

¹² *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 tassa untuk kendaraan saat memasarkan tahu ini". Tutar bapak reni saat melakukan wawancara di lokasi UD. Tahu Mekar.¹³

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.

¹³ 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.¹⁴

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**

¹⁴ 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.¹⁵

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

- 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.¹⁷

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

¹⁵ 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

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

¹⁷ 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.