

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi ekonomi sebagai suatu fenomena pada decade terakhir tidak dapat dihindari, menghasilkan perkembangan ekonomi yang begitu cepat, menuntut kesiapan dan kemampuan pelaku usaha dalam mengikuti perkembangan ekonomi sebagai akibat dari globalisasi ekonomi dunia tersebut.² Seiring dengan globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, persaingan bisnis di Indonesia berkembang dengan begitu pesat. Pesatnya persaingan ini membuat para pelaku usaha memutar otak untuk melahirkan inovasi-inovasi berbisnis, inovasi ini diharapkan dapat mempertahankan bahkan dapat meningkatkan potensi bisnis mereka demi menghadapi kompetitor. Bisnis dapat memenangkan persaingan jika dapat memunculkan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan nilai penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Selain menyediakan produk yang berkualitas, dan harga yang menarik, penyampaian produk dan perlakuan karyawan terhadap pelanggan juga merupakan hal penting dalam memunculkan kepuasan

² Amanda Ayu Rizkia dan Suci Rahmawati. " Faktor-faktor yang Mempengaruhi Anti Monopoli dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat : Globalisasi Ekonom, Persaingan Usaha, dan Pelaku usaha, (Literature Review Etika)" (Jurnal Manajemen Ilmu Terapan).hal. 631 (<https://dinastirev.org/JIMT>)

pelanggan.³ Pelayanan terhadap pelanggan ini jika dilakukan dengan kurang baik atau kurang maksimal, dapat membuat pelanggan tidak puas dan akan berpindah kepada kompetitor. Sudah menjadi keharusan bagi pelaku usaha untuk memperhatikan pelayanannya kepada konsumen demi membangun citra baik bagi pelanggan.

Untuk memperoleh kepuasan pelanggan, pelaku usaha harus dapat merangkai strategi seperti dengan mengetahui perilaku pelanggan dalam pembelian dan penggunaan, demi mengetahui keinginan dan kebutuhan serta kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik pada suatu bisnis ini diwujudkan dengan bertambahnya pelanggan dan bertahannya pelanggan untuk tidak berpindah kepada kompetitor. Kepuasan pelanggan membawa kemungkinan akan menjadi pelanggan dalam jangka panjang.

Perkembangan dunia usaha yang semakin cepat menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha, pelaku usaha dituntut untuk peka terhadap lingkungan yang sekarang sedang berjalan, untuk selalu memperbarui strategi, yang harus dilakukan sesuai dengan kondisi lingkungan pada saat ini, serta mampu memenuhi keinginan dan tuntutan pelanggan yang bermacam-macam dan berubah-ubah. Dengan berubah-ubahnya trend pada saat ini kebutuhan dan pola sikap dari pelangganpun beragam menurut karakter dan kebutuhan masing-masing. Pelaku usaha dapat melakukan segmentasi pada pelanggan berdasarkan karakteristik, kebutuhan dan perilaku pelanggan.

³ Martina Rahmawati Masitoh, Khairul Ikhsan, Ade Sahrani. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Pecak Bandeng Sawah Luhur"(Jurnal Ekonomi Vokasi)2020. Hal 27

Strategi merupakan pilihan pola tindakan atau rencana tentang apa yang ingin dicapai perusahaan dan hendak menjadi apa suatu organisasi dimasa yang akan datang dengan mengintegrasikan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan serta bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut dengan mengalokasikan sumber daya yang dirancang untuk mencapai tujuan tersebut.⁴ Penerapan strategi ini digunakan dalam berbagai bidang, dalam menjalankan bisnis terdapat banyak strategi yang dapat diterapkan, salah satu strategi adalah strategi pelayanan, strategi pelayanan ini dibuat agar perusahaan dapat menyusun dan menganalisis tindakan pelayanan yang tepat untuk diterapkan pada bisnisnya, strategi pelayanan sudah melalui berbagai analisis dan fenomena yang sudah dilewati oleh pengelola, dengan begitu didapatkanlah strategi yang pas dan sesuai dengan kondisi perusahaan.

Dalam penerapannya, bisnis tidak dapat semata-mata dijalankan tanpa dasar dan etika, penerapan bisnis khususnya pada strategi pelayanan hendaknya memiliki etika dan moral dalam menjalankannya. Etika bisnis memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan

⁴ Husni, Manajemen Strategi, hal, 59

memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.⁵

Bisnis dalam Islam memposisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah SWT. Bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, negara dan Allah SWT.⁶

Alangkah baiknya jika pebisnis harus patuh pada nilai dasar etika bisnis islami yang terdiri dari : Kesatuan (*Unity*), Keseimbangan (keadilan), pertanggungjawaban, kebenaran : kebajikan dan kejujuran.

Seperti yang dikatakan dalam surah Al-Baqarah ayat 282, Allah SWT Berfirman yang memiliki makna bahwa, setiap transaksi harus dilaksanakan dengan adil, hendaknya setiap transaksi diadakan perjanjian tertulis, kalau tidak memungkinkan adanya perjanjian tertulis maka hendaknya menghadirkan saksi, jika tidak dapat keduanya diperbolehkan menggunakan jaminan, didalamnya juga mengandung prinsip saling percaya dan menjaga kepercayaan semua pihak. Tidak adapun perjanjian tertulis dengan prinsip saling percaya dan menjaga kepercayaan tidak mengapa tanpa tulisan atau jaminan asalkan tetap menjaga amanah. Taqwa mencakup segala aspek kehidupan, maka dari itu dalam jual beli, utang

⁵ Fauzan dan Ida Nurnaya. "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang." (Malang: MODERNISASI 2014).

⁶ H. Darmawati, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Ekplorasi Prinsip Etis Al Qu'an dan Sunnah"hal, 62

piutang atau mu'amalat lainnya harus didasari taqwa juga harus amanah menjauhi hal-hal yang dapat merugikan pihak manapun, Allah SWT mengetahui segalanya, maka dari itu setiap manusia harus menyampaikan fakta yang sebenarnya bila dimintai kesaksian.

Dengan berdasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist dan rasa takut kepada Allah semata-mata untuk mendapatkan ridha dari Allah SWT maka kita dapat berbisnis dengan baik.

Tentu upaya pengadaan strategi bisnis dan penerapan etika bisnis Islam ditujukan untuk melahirkan kepuasan pelanggan terhadap kinerja dari perusahaan. Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan keinginan bagi setiap pelaku usaha, selain untuk kelangsungan hidup perusahaan, kepuasan konsumen juga dapat meningkatkan keunggulan perusahaan dalam persaingan. Konsumen yang puas dengan perusahaan cenderung akan kembali untuk menggunakan produk perusahaan. Kepuasan ini juga tergantung dari persepsi dan harapan dari konsumen sendiri, kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harpanya (Umar, 2005:65). Adapun enam konsep inti dalam obyek pengukuran kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2009) yakni: Kepuasan Pelanggan Keseluruhan, Dimensi Kepuasan Pelanggan, Konfirmasi Harapan, Niat Beli Ulang, Kesiediaan Untuk Merekomendasi, Ketidak Puasan Pelanggan.⁷

⁷ *Ibid'*

Toko Hadya Jaya merupakan toko retail sandang yang menjual macam-macam busana kasual maupun baju-baju harian, berbagai ukuran dari yang masih bayi hingga dewasa, busana perempuan juga laki-laki. Perlengkapan sekolah seperti sepatu dan tas sekolah serta aksesoris pakaian lainnya. Toko Hadya Jaya beralamat di Dusun Krajan RT 01 RW 06 Desa Kunir Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. Toko Hadya Jaya merupakan bisnis keluarga yang dikelola oleh Bapak Imam dan Ibu Solikah yang sudah berdiri kurang lebih 15 tahun. Meskipun lokasi keberadaan toko ini berada di desa yang juga tidak terletak pada jalan utama, namun dalam kurun waktu kurang lebih 15 tahun Toko Hadya Jaya dapat bertahan dan menjadi toko yang ramai dikunjungi oleh pembeli, dan menjadi toko kepercayaan pembeli dalam hal memesan kebutuhan mereka terhadap busana. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui strategi yang jalankan oleh pemilik sehingga mampu untuk menjaga keberlangsungan toko hingga mencapai waktu yang panjang dengan kepercayaan pelanggan.

Dari uraian latar belakang diatas, peneliti berkeinginan untuk meneliti bagaimana “Strategi Pelayanan dan Penerapan Eika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Toko Hadya Jaya yang berada di Desa Kunir Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar”.

B. Fokus Penelitian.

Dari latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pelayanan Toko Hadya Jaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan ?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis islam pada Toko Hadya Jaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan ?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan Toko Hadya Jaya ?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi Toko Hadya Jaya dalam pelayanannya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis islam pada Toko Hadya Jaya.
3. Mengetahui kepuasan pelanggan Toko Hadya Jaya.

D. Batasan Masalah

Batasan masalah merupakan ruang lingkup dari permasalahan untuk membatasi pembahasan dalam penelitian, supaya terfokuskan pada rumusan masalah yang sudah ada. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah pada strategi pelayanan dan penerapan etika bisnis islam pada Toko Hadya Jaya untuk meningkatkan kepuasannya.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah dijelaskan di atas, maka penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis berupa, sebagai sumbangan pemikiran dan bacaan terkait dengan strategi pelayanan dan penerapan etika bisnis islam terhadap kepuasan pelanggan dan sebagai sumbangan ilmu di bisang ekonomi dan bisnis.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti sebagai penambah wawasan penelitian berkenaan dengan strategi pelayanan dan penerapat etika bisnis islam terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Bagi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, sebagai tambahan wawasan dan referensi bagi aktivitas akademik, bagi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah ataupun pihak lain yang membutuhkan
- c. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap strategi pelayanan dan penerapan etika bisnis islam untuk kepuasan pelanggan Toko Hadya Jaya dan juga sebagai bahan evaluasi untuk strategi kedepannya.

F. Penegasan Istilah

1. Strategi Pelayanan Ritel

Strategi pelayanan ritel merupakan sebuah konsep dalam melayani pelanggan, yang dibuat berdasarkan kebutuhan ritel dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas pada ritel dapat dilihat dari lima dimensi antara lain, aspek fisik, reliabilitas, interaksi personal, pemecahan masalah dan kebijakan yang dibuat oleh toko ritel.⁸

2. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam merupakan seperangkat nilai mengenai baik, buruk, benar, salah, dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. Dalam menjalankan bisnis, islam memiliki prinsip etika antara lain, kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggungjawaban, kebenaran : kebijakan dan kejujuran.⁹

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Dimana pelanggan menilai dan berpendapat terhadap puas atau tidak puas terhadap sesuatu. Terdapat enam konsep yang dapat diukur dalam kepuasan pelanggan yaitu, kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan,

⁸ Pratibha A. Dabholkar et.al. 1996. "A Measure of Service Quality for Retail Store : Scale Development and Validation". *Journal of the Academy of Marketing Science*. Volume 24, no 1,hal 3-16

⁹ Drs, Murwanto Sigit. "Etika Bisnis Islam" (Yogyakarta : Dandra 2016) hal 72.

konfirmasi harapan, niat beli ulang, kesediaan untuk merekomendasi, serta ketidakpuasan pelanggan.¹⁰

4. Retail.

Retail merupakan perangkat dari aktivitas-aktivitas bisnis yang melakukan penambahan nilai terhadap produk-produk dan layanan penjualan kepada konsumen untuk penggunaan atau konsumsi perseorangan maupun keluarga. Kegiatan yang dilakukan dalam bisnis retail adalah menjual berbagai produk jasa atau keduanya, kepada konsumen untuk keperluan konsumsi pribadi maupun bersama.¹¹

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini berisi tentang urutan-urutan yang terkait dengan pembahasan penelitian yang terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN yang berisi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah manfaat penelitian, penegasan istilah serta sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI pada bab ini akan menyajikan kajian pustaka serta penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian , lokasi penelitian, tentang kehadiran peneliti, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, pemeriksaan keabsahan data serta tahap-tahap penelitian.

¹⁰ Fandy Tjiptono, Ph.D. "Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian"(Yogyakarta : ANDI 2014) hal. 368

¹¹ Chistina Whidya Utami. "Manajemen Ritel" (Jakarta: Salemba Empat 2006) hal 6

BAB IV HASIL PENELITIAN berisi tentang uraian paparan data serta temuan penelitian yang diperoleh selama melakukan penelitian

BAB V PEMBAHASAN pada bab ini terdiri dari pembahasan tentang hasil dari temuan di lapangan mengenai strategi pelayanan dan penerapan etika bisnis islam dalam meningkatkan kepuasan pelanggan oleh Toko Hadya Jaya.

BAB IV PENUTUP dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran, yang merupakan penutup dari penelitian. Kemudian dilengkapi dengan daftar pustaka.