

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bisnis tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Bahkan bisnis adalah kegiatan yang berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari. Orang melakukan kegiatan bisnis setiap hari. Dalam praktiknya manusia bertindak sebagai produser, mediator, dan konsumen. Produser menghasilkan produk dalam kegiatan bisnis dimana produk tersebut akan menghasilkan keuntungan dan nilai tambah bagi konsumen<sup>2</sup>.

Persaingan bisnis pada saat ini sangat ketat. Seiring dengan meningkatnya persaingan yang ketat dalam bisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang berdampak pada perusahaan yang fokus pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyak perusahaan yang menempatkan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam menjalankan misi perusahaan. Pada masa sekarang ini semakin diyakini bahwa memberikan nilai kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian

---

<sup>2</sup> 'Manajemen SDM: (Strategi Organisasi Bisnis Modern) - M. Zahari MS., Wandu Sujatmiko, Esther Kembauw, Melkianus Albin Tabun, Nandang Ihwanudin, Vitradesie Noekent, Suparto, Titus Kristanto, Lukertina Sihombing, Mu'ah, Hariyanti, Afdol Muftiasa, Sushardi, Nuryati - Google Buku'  
<[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=WZSGEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=M.+Zahari+MS,+dkk.+\(2022\),+Manajemen+SDM+\(Strategi+Organisasi+Bisnis+Modern\).+Lombok+Barat:+Seval+Literindo+Kreasi&ots=RoAVB-Zypy&sig=dHw6TIsZEW7mi41bJ8oli7sS3yA&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=WZSGEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=M.+Zahari+MS,+dkk.+(2022),+Manajemen+SDM+(Strategi+Organisasi+Bisnis+Modern).+Lombok+Barat:+Seval+Literindo+Kreasi&ots=RoAVB-Zypy&sig=dHw6TIsZEW7mi41bJ8oli7sS3yA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)> [accessed 7 July 2023]

produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama untuk memenangkan persaingan<sup>3</sup>.

Jual beli adalah salah satu kegiatan bisnis yang telah dilakukan cukup lama dikalangan masyarakat. Jual beli itu sendiri telah melalui banyak proses perkembangan dari yang mulanya pola tradisional sampai berkembang pada pola yang modern seperti saat ini. Singkatnya jual beli dapat diartikan sebagai proses perpindahan hak dan kepemilikan dari suatu barang atau jasa. Dalam islam, jual beli diatur dikarenakan merupakan salah satu dari bagian muamalah (hubungan antara manusia dengan manusia). Dapat dipahami bahwa inti dari jual beli ialah merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang memiliki nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau peraturan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati<sup>4</sup>.

Setiap bisnis pada umumnya memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan dan berusaha agar konsumen dapat melakukan kegiatan pembelian ulang produk yang dijual. Setiap toko khususnya yang bergerak dalam industri ritel memiliki manajemen dan pelayanan yang berbeda, namun memiliki tujuan yang sama. Tujuan tersebut berdasarkan kepentingan dan kebutuhan dari konsumennya. Tujuan dari bisnis tersebut tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya konsumen. Konsumen merupakan salah satu aset yang berharga

---

<sup>3</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, pertama (Yogyakarta: Andi Offset, 2004)

<sup>4</sup> Akhmad Farroh Hasan and M Si, 'Fiqh Muammalah Dari Klasik Hingga Kontemporer ( Teori Dan Praktek )'.

bagi setiap toko. Tanpa adanya konsumen, toko tersebut tidak dapat beroperasi dengan baik jika dibiarkan begitu saja. Pelayanan kepada pelanggan memiliki tujuan untuk memelihara dan meningkatkan hubungan psikologis antara produsen dan pelanggan serta memantau berbagai keluhan pelanggan<sup>5</sup>.

Tabel 1.1  
Jumlah Konsumen Review Produk

<b>Produk di Review</b>	<b>Jumlah Reviewers</b>
Kosmetik	31
Alat Sekolah	24
Sepatu dan Tas	19
Kebutuhan Bayi dan Mainan	26
Kebutuhan Lainnya	7
Lainnya	58

Sumber : data reviewer toko Sumber Ilmu Kalidawir

---

<sup>5</sup> Arman Syah, *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan 2021*. (Widina, 2021).

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa konsumen yang mereview produk cukup banyak dan yang memberikan nilai untuk toko tersebut sebanyak 563 pengulas dengan rata-rata ulasan adalah nilai (5)<sup>6</sup>. Namun hal tersebut tidak dapat dijadikan sebagai jaminan bahwa konsumen akan selalu loyal. Karena terkadang dibalik banyaknya konsumen juga masih ada konsumen yang kembali karena kurang puas.

Salah satu cara agar toko lebih unggul dan dapat bersaing dengan toko lain yang serupa adalah dengan memberikan pelayanan dan kualitas yang baik sehingga dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen. Kualitas pelayanan dapat dijadikan sebagai pengukuran dalam melayani konsumen untuk terus melakukan inovasi yang terbaik supaya konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan, hal ini berarti bahwa kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut<sup>7</sup>.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya<sup>8</sup>. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, pelanggan tersebut akan merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan,

---

<sup>6</sup> 'Toko Sumber Ilmu 2' <<https://tokosumberilmu2.business.site/>>.

<sup>7</sup> T Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa* (Jakarta: PT. Indeks, 2011).

<sup>8</sup> Wijaya.

pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut<sup>9</sup>.

Upaya yang digunakan untuk dapat mewujudkan kepuasan konsumen secara menyeluruh tidaklah mudah, tidak mungkin jika sebuah toko mengharapkan tidak ada konsumen yang tidak puas. Namun tentu setiap toko harus berusaha untuk meminimalisir ketidakpuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang sebaik mungkin.

Salah satu usaha yang bergerak dalam bidang penyedia peralatan sekolah dan kebutuhan lain adalah toko Sumber Ilmu Kalidawir. Toko ini merupakan salah satu toko yang menyediakan peralatan sekolah dan kebutuhan lainnya yang beralamat di Jalan Raya Tunggangri, RT.01/RW.01, Ds. Tunggangri, Kec. Kalidawir, Kab. Tulungagung.

Bahkan dari jenis toko alat tulis yang ada saat ini sudah banyak berkembang di kabupaten Tulungagung, toko Sumber Ilmu Kalidawir ini menyediakan berbagai macam produk alat tulis dan kebutuhan lainnya, menyediakan fasilitas yang terbilang memadai untuk para konsumen yang membeli produk di toko tersebut. Pada toko sumber ilmu menjalankan syariat islam dengan cara kerja dan mekanisme kerja menggunakan etika kerja islam serta menerapkan kejujuran dalam bertransaksi<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Syah.

<sup>10</sup> 'Wawancara Dengan Abdullah Khusnu Pemilik Toko Sumber Ilmu', 2023.

Selain banyaknya toko serupa yang bermunculan mengakibatkan adanya persaingan yang dapat mengakibatkan toko-toko tersebut berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan meningkatkan pelayanan menjadi lebih baik, maka dari itu akan dapat menciptakan kepuasan. Terciptanya kepuasan memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan yang menguntungkan bagi perusahaan, dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Herokholqi & Cahyana, 2018)<sup>11</sup>.

Permasalahan yang terjadi pada toko Sumber Ilmu Kalidawir yaitu peneliti menemukan fenomena melalui hasil wawancara yang menunjukkan bahwa ada beberapa konsumen yang merasa cukup puas dan kurang puas terhadap etika kerja, kepercayaan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko Sumber Ilmu Kalidawir.

Etika kerja islami adalah suatu upaya yang sungguh-sungguh, dengan mengerahkan seluruh aset, pikiran dan zikirnya untuk mengaktualisasikan atau menampakkan arti dirinya sebagai hamba Allah yang harus menundukkan dunia dan menempatkan dirinya sebagai bagian dari masyarakat yang terbaik (*khairul ummah*) atau dengan kata lain dapat juga dikatakan bahwa dengan bekerja manusia itu memanusiakan dirinya<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Hermanto, *Faktor Pelayanan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan* (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019)

<sup>12</sup> T Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, ed. by Dadi Dharmadi, Pertama (Jakarta: Gema Insani, 2002)

Pelayanan perlu diperhatikan agar tidak menimbulkan hal-hal yang bersifat sensitif. Sistem pelayanan pun juga perlu didukung dengan kualitas pelayanan yang diberikan dan etika. Tujuan dari memberikan pelayanan ialah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan dan ketidakpuasan merupakan perbandingan antara apa yang diharapkan oleh konsumen dan realita dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen yang menjadi tujuan toko untuk memberikan kepuasan.

Keterbaruan dari skripsi ini adalah jarang ditemukan peneliti lain yang melakukan penelitian ini atau mempublikasikan hasil dari penelitian. Sehingga peneliti menggunakan variabel lain untuk mengembangkan penelitian dalam pandangan yang berbeda.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari beberapa faktor yang dapat mengakibatkan terjadinya kepuasan dari konsumen. Adapun faktor tersebut adalah etika kerja Islam, tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Etika Kerja Islam, Tingkat Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Toko Sumber Ilmu Kalidawir).”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka akan timbul identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Di toko sumber ilmu kalidawir selama ini belum melakukan penilaian terkait etika kerja islam.
2. Di toko sumber ilmu kalidawir selama ini belum melakukan penilaian terkait tingkat kepercayaan.
3. Di toko sumber ilmu kalidawir selama ini belum melakukan penilaian terkait kualitas pelayanan.
4. Di toko sumber ilmu kalidawir selama ini belum melakukan penilaian terkait kepuasan konsumen.

### **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang sudah dibahas sebelumnya, terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam proposal ini, diantaranya adalah:

1. Bagaimana Secara Simultan Etika Kerja Islam, Tingkat Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sumber Ilmu Kalidawir ?
2. Bagaimana Pengaruh Etika Kerja Islam terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sumber Ilmu Kalidawir ?
3. Bagaimana Pengaruh Tingkat Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sumber Ilmu Kalidawir ?
4. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sumber Ilmu Kalidawir ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui Secara Simultan Etika Kerja Islam, Tingkat Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sumber Ilmu Kalidawir
2. Untuk mengetahui Pengaruh Etika Kerja Islam terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sumber Ilmu Kalidawir
3. Untuk mengetahui Pengaruh Tingkat Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sumber Ilmu Kalidawir
4. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sumber Ilmu Kalidawir

#### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis menunjukkan bahwa etika kerja Islam, tingkat kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di toko Sumber Ilmu Kalidawir secara signifikan terdapat pengaruh yang besar, sehingga konsumen menjadi puas dan lebih percaya untuk berbelanja di toko Sumber Ilmu Kalidawir.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Akademik

Diharapkan dapat untuk menambah koleksi didalam ruang lingkup karya-karya penulis lapangan atau dapat digunakan sebagai bahan untuk referensi dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

### b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat memberikan bahan referensi dan perbandingan untuk menambah pengetahuan dalam melakukan kajian lanjutan terkait pengaruh etika kerja islam, tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### c. Bagi Toko Sumber Ilmu Kalidawir

Sebagai bahan sarana dalam hal perbaikan dan penyempurnaan pelayanan yang sudah dilaksanakan. Sebagai bahan masukan untuk dapat menilai manajemen pelayanan yang berharga bagi toko Sumber Ilmu, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan dan mengembangkan manajemen yang berhubungan dengan pelayanan kepada konsumen agar dapat memberikan kepuasan untuk konsumen.

## **F. Ruang Lingkup Penelitan dan Batasan Penelitian**

### 1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variable X terhadap variable Y, dimana variabel independent atau variabel bebas

(X) yaitu etika kerja islam, kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan, variabel dependent atau variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen.

## 2. Keterbatasan Penelitian

Mengingat keterbatasan biaya dan waktu, maka penelitian ini hanya dibataskan pada :

- a. Penelitian ini mengkaji pengaruh etika kerja islam, tingkat kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen di toko Sumber Ilmu Kalidawir.
- b. Lokasi penelitian ini dilakukan di toko Sumber Ilmu Kalidawir.
- c. Responden pada penelitian ini adalah konsumen di toko Sumber Ilmu Kalidawir.

## G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah dimaksudkan untuk memberikan penjelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul salah penafsiran. Penegasan istilah ini terdiri dari dua yaitu konseptual dan penegasan operasional :

### 1. Definisi Konseptual

- a. Etika Kerja Islam ( $X_1$ )

Etika kerja islam dapat didefinisikan sebagai seperangkat nilai atau sistem kepercayaan yang bersumber atau berasal dari Al-Qur`an dan sunnah mengenai kerja<sup>13</sup>.

b. Kepercayaan Konsumen ( $X_2$ )

Kepercayaan konsumen (*Consumen Beliefs*) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya<sup>14</sup>.

c. Kualitas Pelayanan ( $X_3$ )

Pelayanan adalah perilaku yang diberikan seseorang ke pada orang lainnya serta tidak berwujud milik apapun<sup>15</sup>.

d. Kepuasan Konsumen ( $Y$ )

Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen yang muncul setelah atau sebelum melakukan transaksi pada perusahaan sebagai pembandingan penilaian baik rasa senang ataupun kecewa dengan hasil pelayanan yang dirasakan<sup>16</sup>

## 2. Definisi Operasional

- a. Etika kerja adalah suatu upaya yang sungguh-sungguh, dengan mengerahkan seluruh aset, pikiran dan zikirnya untuk mengaktualisasikan atau menampakkan arti dirinya sebagai hamba

---

<sup>13</sup> Naafilah Lailatirrohmah, 'Analisis Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional Dan Organizational Citizenship Behavior (Studi Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Hudatama Semarang)' ((Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang, 2014)

<sup>14</sup> M Mowen, J. C., & Minor, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga, 2002)

<sup>15</sup> Rambat Lupiyoadi dan Dedy A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Edisi 2 (Jakarta: Salemba Empat, 2016)

<sup>16</sup> Hamdani.

Allah yang harus menundukkan dunia dan menempatkan dirinya sebagai bagian dari masyarakat yang terbaik (*khairul ummah*) atau dengan kata lain dapat juga dikatakan bahwa dengan bekerja manusia itu memanusiaikan dirinya. Indikator dari etika kerja islam yaitu (1) Kecanduan terhadap waktu; (2) Memiliki moralitas yang bersih (ikhlas); (3) Memiliki kejujuran; (4) Memiliki komitmen; (5) Istiqomah.

- b. Kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antarorganisasi, seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan. Indikator dari kepercayaan konsumen yaitu (1) kesungguhan/ketulusan, (2) kemampuan, (3) integritas.
- c. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharap pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Indikator dari kualitas pelayanan yaitu (1) keandalan, (2) ketanggapan, (3) Jaminan, (4) kepedulian, (4) bukti fisik.
- d. Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Indikator dari kepuasan konsumen yaitu (1) kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, (3) kesediaan merekomendasi.

## **H. Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi ini menggunakan pedoman skripsi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, isi dan akhir penelitian. Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, persetujuan pembimbing, penegasan penguji, pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar table, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak. Adapun bagian isi penelitian yaitu dari 6 (enam) bab:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, identifikasi dan pembatasan masalah, dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas mengenai teori yang membahas variabel atau sub variabel pertama, teori yang membahas variabel atau sub variabel kedua, teori yang membahas variabel atau sub variabel ketiga, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas mengenai pendekatan dan jenis pendekatan, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala

pengukuran, serta teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, teknik analisis data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini membahas mengenai hasil penelitian yang telah diteliti berisi tentang deskripsi data dan pengujian hipotesis.

#### **BAB V PEMBAHASAN**

pada bab ini membahas mengenai pembahasan materi yang sudah diuji dan didukung oleh sumber-sumber data yang menguatkan hasil penelitian.

#### **BAB VI: PENUTUP**

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dari data yang telah diteliti dan saran yang ditujukan oleh peneliti kepada pihak yang berkepentingan terhadap objek penelitian tersebut.